

**DAKWAH MELALUI MEDIA INSTAGRAM PADA MAHASISWA KPI  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG**

**Skripsi**

Diajukan untuk melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana S1  
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

**Oleh :**

**M. RESTU WICAKSONO**

**NPM. 1641010162**

**Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam**



**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1442 H/2020 M**

**DAKWAH MELALUI MEDIA INSTAGRAM PADA MAHASISWA KPI  
UIN RADEN INTAN LAMPUNG**

**Skripsi**

Diajukan untuk melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana S1  
Dalam Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi

**Oleh :**

**M. RESTU WICAKSONO**

**NPM. 1641010162**

**Jurusan : Komunikasi Dan Penyiaran Islam**

**Pembimbing I : Dr Jasmadi, M. Ag**

**Pembimbing II : Subhan Arif, S. Ag., M.Ag**

**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**

**RADEN INTAN LAMPUNG**

**1442 H/2020 M**

## ABSTRAK

Dakwah adalah suatu kewajiban bagi setiap muslim dan muslimah di seluruh dunia. oleh karena itu dakwah Islam harus fleksibel, mampu mengikuti perkembangan zaman dan harus dikemas dengan semenarik mungkin ketika melihat situasi dan kondisi mahasiswa, banyak yang menggunakan Instagram dari sini Da'i menggunakan Instagram untuk media dakwah.

Instagram merupakan suatu aplikasi media sosial yang dimanfaatkan oleh Mahasiswa KPI untuk media dakwah agar pesan dakwah mudah diterima oleh khalayak umum. Permasalahannya adalah bagaimana mahasiswa KPI menggunakan Instagram sebagai media dakwah dan materi dakwah yang disampaikan melalui media Instagram.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Sampel penelitian ini adalah mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung yang menggunakan Instagram sebagai media dakwah. Sampel penelitian ditentukan secara random sampling, dimana peneliti memilih sampel dan populasi secara acak. Teknik pengumpulan data menggunakan metode dokumentasi, wawancara dan korespondensi melalui WhatsApp. Data yang diperoleh kemudian di analisis secara deskriptif dengan cara reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Hasil penelitian diketahui bahwa : Instagram memberikan banyak sekali manfaat sebagai media dakwah. Dalam menggunakan Instagram sebagai media dakwah mahasiswa KPI dapat mengikuti perkembangan zaman dan mendapatkan perhatian masyarakat khususnya generasi milenial dan materi dakwah yang disampaikan bersumber Al-Qur'an dan Al-Hadist menyesuaikan objek dakwahnya, Instagram sebagai media dakwah akan efektif jika digunakan dengan baik sesuai nilai-nilai ajaran Islam. Secara keseluruhan dakwah di Instagram yang merupakan dakwah milenial mampu menciptakan dakwah yang inovatif yang mampu menarik *followers* nya mengikuti apa yang disampaikan di media Instagram serta materi dakwahnya dapat dilihat secara berulang-ulang.

Kata kunci : Dakwah, Instagram mahasiswa KPI

## MOTTO

الَّذِينَ يَسْتَمِعُونَ الْقَوْلَ فَيَتَّبِعُونَ أَحْسَنَهُ أُولَئِكَ الَّذِينَ هَدَاهُمُ اللَّهُ وَأُولَئِكَ هُمْ أُولُوا الْأَلْبَابِ

“yang mendengarkan perkataan lalu mengikuti apa yang paling baik di antaranya.

Mereka itulah orang-orang yang telah diberi Allah petunjuk dan mereka itulah

orang-orang yang mempunyai akal.”

(Q.S. Az Zumar : 18)



**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289

**PERSETUJUAN**

Judul Skripsi : **DAKWAH MELALUI MEDIA INSTAGRAM PADA MAHASISWA KPI UIN RADEN INTAN LAMPUNG**  
Nama : M. Restu Wicaksono  
NPM : 1641010162  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas : Dakwah dan Ilmu Komunikasi


**MENYETUJUI**

Untuk dimunaqasahkan dan dipertahankan dalam Sidang Munaqasah  
Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung

Pembimbing I,

Pembimbing II,

  
**Dr. Jasmadi, M.Ag**  
NIP. 196106181990031003

  
**Subhan A.P.C, S.Ag., M.Ag**  
NIP. 196807201996031002

**Menyetujui,**

Ketua Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

  
**M. Apun Svarnudin, S.Ag., M.Si**  
NIP. 197209291998031003





**KEMENTERIAN AGAMA**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG**  
**FAKULTAS DAKWAH DAN ILMU KOMUNIKASI**

Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarnie Bandar Lampung, Tlp. (0721) 703289.

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul **"DAKWAH MELALUI MEDIA INSTAGRAM PADA MAHASISWA KPI UIN RADEN INTAN LAMPUNG"** disusun oleh **M. RESTU WICAKSONO**, NPM: **1641010162**, Jurusan: **Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)** Telah di Ujikan dalam sidang Munaqosyah di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Rabu, 9 September 2020**

**TIM PENGUJI**

1. Ketua Sidang : **Yunidar Cut Mutia Yanti, S.Sos., M.Sos.I**
2. Sekretaris Sidang : **Ade Nur Istiani., M. I. Kom**
3. Penguji I : **Prof. Dr. H. M. Nasor, M.Si**
4. Penguji II : **Dr. Jasmadi, M.Ag**

  
(.....)

  
(.....)

  
(.....)

  
(.....)

Mengetahui

Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi



  
**Dr. H. Khomsabrial Romli, M.Si**  
**NIP. 196104091990031002**

## **Persembahan**

*Alhamdulillahirobbil'alamin*

Teiring do'a dan rasa syukur atas kehadiran Allah SWT saya persembahkan skripsi ini kepada orang-orang yang selalu saya sayangi dan selalu memberikan motivasi dalam hidup penulis, terutama bagi :

1. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Ngapuranto dan Ibunda Suryati, yang telah memberikan dan mendidik dengan penuh cinta dan kasih sayang, terucap syukur dan terima kasih selama ini kepada beliau yang telah memberikan do'a restu serta dukungannya baik moril maupun materil.
2. Adikku M. Satrio Assyifa yang memberikan motivasi dan keceriaan canda tawa bersama, sehingga memberikan semangat dalam berjuang
3. Bakas Nyaik dan Mbah Putri Mbah Kakung yang selalu mendoakan dan tak bosan bosan dalam memberikan semangat agar penulis menyelesaikan skripsi ini
4. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung semoga tetap terjaga kejayaan nya dalam berjuang.

## **RIWAYAT HIDUP**

Penulis, dilahirkan pada tanggal 10 April 1998 di Kalianda. Penulis yang bernama M. Restu Wicaksono adalah Anak pertama dari dua bersaudara, buah hati dari pasangan Ayahanda Ngapuranto dan Ibunda Suryati.

Penulis menempuh pendidikan pertama di TK Aisyiyah Bustanul Athfal Natar dan lulus pada tahun 2004, setelah Lulus dari TK melanjutkan pendidikan ke Sekolah Dasar MADRASAH IBTIDAIYAH Natar dan Lulus pada tahun 2010, kemudian melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 03 Natar dan Lulus pada tahun 2013, setelah lulus SMP, penulis melanjutkan pendidikan di SMK Yadika Natar dan lulus pada tahun 2016.

Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan lebih tinggi pada tahun 2016 dan diterima sebagai mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Bandar Lampung, Agustus 2020

M.Restu Wicaksono  
NPM. 1641010162



## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga skripsi yang berjudul : **“Dakwah Melalui Media Instagram Pada Mahasiswa KPI UIN Raden Intan Lampung”** dapat diselesaikan. Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, beserta para keluarga, sahabat dan para pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini disusun untuk memenuhi tugas dan melengkapi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos) pada jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Penyusunan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya dan apresiasi yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang terlibat dalam penulisan skripsi ini. Secara rinci penulis ucapkan terimakasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. H. Khomsarial Romli, M.Si. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung, sekaligus sebagai pembimbing I.
2. Bapak M. Apun Syaripudin, S. Ag, M. Si. dan Ibu Yunidar Cut Mutia Yanti, M. Sos. I selaku Ketua dan Sekertaris Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.

3. Bapak Dr. Jasmadi, M.Ag dan Bapak Subhan Arif, S.Ag., M.Ag selaku Pembimbing I dan Pembimbing II yang dengan sabar telah membimbing dan memberikan pengarahan sejak awal sampai dengan selesainya penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan ibu dosen Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang telah memberikan Ilmu dan Pengetahuan kepada penulis.
5. Seluruh pegawai perpustakaan UIN Raden Intan Lampung dan perpustakaan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang telah menyediakan buku-buku referensi bagi penulis.
6. Pihak akademik yang telah memberikan pelayanan kepada penulis dari awal kuliah sampai dengan selesai kuliah.
7. Ayah dan Ibu yang selalu senantiasa memberikan doa dan kasih sayangnnya dalam setiap langkah sehingga penulis bisa menyelesaikan perkuliahan nya semoga penulis dapat mencapai harapan dan cita-cita.
8. Adikku M. Satrio Assyifa yang selalu ceria membagikan energi untuk menyemangati penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir perkuliahan ini.
9. Kepada teman teman KPI yang telah bersedia memberikan informasi, lian nando, doni julianto, wulan, rizki, marita, esti, atika ayu, putri atika, ellans, juwita, sandy saputra, khoirul trian, mei silviana, raihan anisa, dan dhelvio abimanyu tanpa bantuan kalian skripsiku tak akan selesai.

10. Kepada keluarga besar KPI C angkatan 2016 yang mungkin tak bisa di sebut satu persatu namanya kalian adalah orang orang hebat senang bertemu dan berkawan lebih dari bersaudara dengan kalian, semoga kalian selalu diberikan kesehatan selalu ya dan diberikan kemudahan menuju jalan kesuksesan
11. Untuk sahabat terdekat rendi crisdianta, rangka villadika dan toto setiawan yang selama hampir 4 tahun perkuliahan ini selalu ada mendukung baik dalam kesusahan dan keadaan apapun tetap terus jadi orang baik sob mungkin banyak kisah yang udah kita lewatin yang tak cukup untuk diceritakan disini, saya yakin kita menjadi orang sukses dengan jalan kita masing masing
12. Teruntuk orang orang yang dibalik layar yang selalu memberikan motivasi dan dukungan ocha septianti dan muhammad aminulloh mungkin tanpa bantuan kalian berdua ku tak akan seminar proposal karna di selimuti oleh rasa malas terima kasih banyak semoga kalian berjodoh ya hehe
13. Keluarga besar KPI F 2016 baik yang laki maupun wanita senang bisa kenal kalian, kalian adalah orang orang beruntung yang berisikan baik hati dalam suatu lingkaran kelas selalu kompak sampai kalian menikah masing masing
14. Terima kasih buat orang orang yang sudah membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini Indira, mba ochi, azizah, dan fahrizi S.H mungkin tanpa bantuan kalian skripsi ini tidak akan selesai

15. Sesama pejuang S.Sos dhelvio abimanyu, arif suratno, martasari, ibnu naufal, tubagus, akhirnya kita alhamdulillah bisa menyelesaikan skripsi walau di luar target pengerjaan

16. Semua pihak yang turut serta dan menyemangati penulis dalam penyelesaian skripsi ini mungkin tidak dibantu dan di semangati kalian skripsi ini tidak akan selesai.

Semoga amal kebaikan yang telah diberikan selama ini dibalas oleh Allah SWT, dengan kebaikan yang berlipat ganda. Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, dikarenakan keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki. Oleh sebab itu, kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan dan diterima dengan sepenuh hati. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis khususnya dan bagi pembaca umumnya. Amiin.  
Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Bandar Lampung, 19 Agustus 2020

Penulis

M. Restu Wicaksono

NPM. 1641010162



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
ABSTRAK .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO .....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
RIWAYAT HIDUP .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii

## BAB I PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul .....	1
B. Alasan Memilih Judul .....	2
C. Latar Belakang Masalah .....	3
D. Rumusan Masalah .....	7
E. Tujuan Dan Manfaat Penelitian .....	7
F. Metode Penelitian .....	8

## BAB II DAKWAH DAN INSTAGRAM

A. Dakwah .....	13
1. Pengertian Dakwah .....	13
2. Tujuan Dakwah .....	14
3. Dasar Hukum Dakwah .....	16
4. Unsur-Unsur Dakwah .....	18
B. Instagram.....	25
1. Pengertian Instagram.....	25
2. Sejarah Instagram .....	27
3. Fitur-Fitur Instagram .....	29
4. Pembuatan Akun Instagram .....	32
5. Penggunaan Media Instagram .....	34
6. Isi Pesan Dakwah Di Instagram .....	35

## BAB III GAMBARAN UMUM MAHASISWA KPI

## **DAKWAH MELALUI MEDIA INSTAGRAM**

A. Gambaran Umum Mahasiswa KPI Dalam Menggunakan Instagram Untuk Media Dakwah .....	40
B. Bentuk Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah .....	53
C. Dakwah Melalui Media Instagram Di Kalangan Mahasiswa KPI	55
1. Penggunaan Instagram Mahasiswa KPI .....	55
2. Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah .....	61
3. Materi Dakwah Melalui Media Instagram .....	64

## **BAB IV DAKWAH MELALUI MEDIA INSTAGRAM**

Dakwah Melalui Media Instagram Pada Mahasiswa KPI .....	70
1. Instagram Sebagai Media Dakwah.....	73
2. Materi Dakwah Pada Instagram Story, Video, dan Photo.....	75

## **BAB V PENUTUP**

A. Kesimpulan .....	79
B. Saran .....	80
C. Penutup .....	81

<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	82
-----------------------------	----

## **LAMPIRAN**

## **DOKUMENTASI**

## **DAFTAR TABEL**

Tabel

1. Pedoman Dokumentasi
2. Daftar Nama Sampel

## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Lampiran : Pedoman Wawancara
2. Lampiran : Pedoman Kuesioner
3. Lampiran : Pedoman Dokumentasi
4. Lampiran : Daftar Nama Sampel
5. Lampiran : Daftar photo-photo wawancara
6. Lampiran : Surat Keputusan Judul Skripsi dan Penunjukan Pembimbing Akademik dari Rektorat UIN Raden Intan Lampung
7. Lampiran : Surat Perubahan Judul Skripsi
8. Lampiran : Surat pengantar dari dekan Penelitian dari Kesbangpol surat kesbangpol
9. Lampiran : surat keterangan sudah penelitian
10. Lampiran : Kartu Konsultasi Skripsi
11. Lampiran : Kartu Hadir Munaqosah
12. Lampiran : Dokumentasi



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Penegasan Judul**

Sebelum penulis menjelaskan secara keseluruhan isi skripsi ini lebih dahulu penulis akan menjelaskan judul skripsi. Adapun judul skripsi ini adalah **“Dakwah Melalui Media Instagram Pada Mahasiswa KPI UIN Raden Intan Lampung”**

Dakwah adalah ajakan atau seruan, panggilan atau undangan untuk mengajak kepada seseorang atau sekelompok orang untuk mengikuti dan mengamalkan ajaran dan nilai-nilai Islam, dakwah juga dapat dipahami sebagai proses komunikasi (*tabligh*) yang artinya menyampaikan ajaran Islam. Menurut Nasaruddin Latif dalam buku *Teori dan Praktek Dakwah Islamiyah* Dakwah adalah setiap usaha atau aktifitas dengan lisan atau tulisan yang bersifat menyeru, mengajak, memanggil, manusia lainnya untuk beriman dan menaati Allah sesuai dengan syariat dan Aqidah Islam.<sup>1</sup>

Instagram adalah salah satu aplikasi media sosial dari smartphone yang digunakan untuk membagi-bagikan photo dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman facebook kita memfollow akun instagram kita. Makin populernya instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk berbagai photo dan video membuat para Da'i dan da'iah turut membagikan pesan dakwahnya lewat instagram. Instagram merupakan salah satu media jejaring sosial yang dapat dimanfaatkan sebagai media

---

<sup>1</sup> Zulkifli Mustan, *Ilmu Dakwah*, (Makassar: Pustaka Al-Zikra, 2005), h. 2.

dakwah, melalui Instagram-lah dakwah dibagikan dengan mengupload video, sehingga para mad'u dapat melihat dan mendengar pesan-pesan dakwah yang disampaikan melalui video atau photo yang dibagikan di instagram.

Mahasiswa adalah seorang agent perubahan agent control. Menjadi seorang yang dapat memberikan solusi bagi permasalahan yang di hadapi oleh suatu masyarakat bangsa di berbagai belahan dunia. Mahasiswa yang penulis maksud adalah Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi jurusan Komunikasi Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung.

Dari penegasan judul diatas bahwa makna judul tersebut adalah penelitian tentang dakwah yang dilakukan oleh mahasiswa KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung melalui Media Instagram

## **B. Alasan Memilih Judul**

Adapun yang menjadi alasan penulisan judul ini yaitu sebagai berikut :

### **1. Alasan Objektif**

- a. Perkembangan Ilmu pengetahuan dan teknologi berdampak kepada percepatan penyebaran pesan atau Informasi. Salah satunya media instagram sebagai media dakwah. Instagram merupakan proses hasil kreatif yang memadukan unsur gagasan norma tingkah laku manusia. Hampir semua kalangan memakai dan menyukai instagram khususnya mahasiswa.
- b. Dakwah merupakan fenomena keagamaan yang dijadikan amal sholeh yang bertujuan untuk menciptakan manusia yang beramal sholeh dan mencegah perbuatan tidak terpuji. Dalam pelaksanaan dakwah yang

menjadi penerima atau yang menyampaikan dakwah dapat bersifat individu, kelompok maupun publik. Karakteristik penerima dakwah itu sendiri berkaitan erat dengan metode (thariqah) dari media (wasilah) dakwah yang digunakan serta ditimbulkan.

## 2. Alasan Subjektif

- a. Pokok penulisan ini sesuai dengan Ilmu yang penulis pelajari di jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
- b. Referensi yang mendukung dalam penelitian lapangan ini banyak tersedia sehingga penelitian ini dapat dilakukan selain data data dari lapangan mudah di dapat.

## C. Latar Belakang Masalah

Dakwah menurut segi bahasa berasal dari bahasa arab yaitu “*da’wah*”. *da’wah* mempunyai tiga kata huruf asal yaitu *dal*, *‘ain*, dan *wawu*. Dari ketiga huruf asal tersebut memiliki arti memanggil, mengundang, meminta tolong, meminta, memohon, menamakan, menyuruh datang, mendorong, menyebabkan, mendatangkan, mendoakan, menangisi, dan meratapi.<sup>2</sup> Dakwah menurut M. Natsir adalah memanggil seseorang manusia kembali kepada syariat atau hukum agama Islam agar dapat mengatur atau manajemen dirinya sesuai dengan agama Islam.<sup>3</sup>

Dakwah adalah suatu kewajiban bagi setiap muslim dan muslimah di

---

<sup>2</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu dakwah*, (Jakarta: Prenade Media Group. 2004), h. 6

<sup>3</sup> Thorir Luth, M. Natsir *Dakwah dan Pemikirannya*, (Jakarta: Gema Insani Press, 1999), h.70

seluruh dunia ini. Dakwah juga merupakan suatu usaha untuk mempengaruhi orang lain agar mereka bersikap dan bertingkah laku seperti apa yang diinginkan oleh D'ai atau pendakwah. Jadi dakwah menurut penulis yaitu suatu seruan atau ajakan yang disampaikan ke masyarakat luas berupa materi yang berisikan pesan agama Islam yang sudah dikemas sedemikian rupa sehingga apa yang akan kita sampaikan kepada masyarakat luas atau mad'u sesuai dengan apa yang diinginkan atau tujuan yang jelas. Di dalam Alqur'an terdapat perintah yang menyuruh kaum muslimin untuk mendakwah manusia supaya tetap di jalan Allah. Terdapat di dalam Q.S An-Nahl ayat 125.

أَدْعُ إِلَى سَبِيلِ رَبِّكَ بِالْحُكْمِ وَالْمَوْعِظَةِ الْحَسَنَةِ وَجِدِلْهُمْ بِالَّتِي هِيَ أَحْسَنُ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعْلَمُ  
بِمَن ضَلَّ عَنْ سَبِيلِهِ وَهُوَ أَعْلَمُ بِالْمُهْتَدِينَ

*”Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik dan bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui tentang siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Dialah yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk”.*(QS. An-Nahl ayat 125)<sup>4</sup>

Instagram adalah suatu aplikasi media sosial dari gadget yang digunakan untuk membagikan photo dan video, Instagram sendiri masih merupakan bagian dari facebook yang memungkinkan teman di facebook dapat mengikuti kita di akun instagram. Makin populernya instagram sebagai aplikasi yang digunakan untuk berbagi photo dan video membuat para Da'i dan Da'iah turut membagikan pesan dakwahnya melalui media instagram. Instagram merupakan suatu media sosial yang dapat di gunakan sebagai media dakwah, melalui instagram dakwah dapat dibagikan dengan cara meng-upload video dan

---

<sup>4</sup> Departemen Agama R.I., Al-Qur'an dan Terjemahannya (Pustaka Agung Harapan), h.



caption, sehingga para mad'u dapat melihat, membaca dan mendengarkan pesan pesan dakwah yang disampaikan melalui video, photo dan caption yang dibagikan di instagram.

Dengan melihat maraknya penggunaan instagram dari berbagai lapisan masyarakat ini, instagram sendiri menjadi media paling banyak diminati dan menjadi suatu media dakwah bagi para Da'i dan Da'iah dalam menyampaikan dakwah mereka. Hal ini kemudian yang di manfaatkan oleh mahasiswa komunikasi penyiaran Islam menjadi sarana pembelajaran komunikasi sekaligus sebagai media dakwah dan menyampaikan pesan pesan dakwah melalui materi yang ada di instagram, karena dirasa lebih mudah di akses selain mengikuti pengajian, mendengarkan ceramah di acara tabligh akbar yang tentu nya belum pasti setiap hari dilaksanakan.

Mahasiswa secara harfiah adalah seseorang yang belajar baik disekolah tinggi, institute, universitas, akademi maupun perguruan tinggi. Definisi mahasiswa itu sendiri adalah seseorang yang menuntut ilmu di perguruan tinggi setelah lulus dari bangku Sekolah Menengah Atas (SMA).<sup>5</sup> Jadi mahasiswa menurut penulis adalah seseorang yang meneruskan pendidikan nya setelah lulus dari bangku Sekolah Menengah Atas, untuk mendapatkan suatu gelar yang dapat menghantarkan seseorang tersebut menggapai cita cita yang ingin diraih, walaupun terkadang cita cita tidak sesuai dengan realita.

Jadi dakwah mahasiswa menurut penulis adalah seseorang yang menempuh pendidikan yang sudah dibekali ilmu ilmu pengetahuan untuk

---

<sup>5</sup> Zamhari, S. Kom. I, "Pengertian Mahasiswa" (on-line), tersedia di [Http://WWW.Academic Indonesia.com/Pengertian-Mahasiswa/](http://WWW.Academic Indonesia.com/Pengertian-Mahasiswa/). Diakses pada 8 November 2019

mengajak masyarakat untuk berbuat kebaikan sesuai dengan apa yang telah dia dapat dibangku perkuliahan sehingga materi apa yang dia sampaikan sesuai dengan mad'u. Dengan selalu berkembangnya teknologi maka dakwah bisa dilakukan dengan berbagai cara. seperti saat ini dakwah tidak hanya di sampaikan di pengajian atau acara peringatan hari islam saja, dan tidak hanya dilakukan di masjid atau mushola, majelis ta'lim maupun tempat ibadah umat muslim lainnya.

Dalam penyampaian dakwah Da'i harus bisa mengikuti trend zaman sekarang yaitu dakwah melalui media instagram. Menggunakan teknologi trend zaman sekarang seperti media sosial dalam melakukan dakwah dapat membantu menyebarkan dakwah kepada lebih banyak kumpulan masyarakat luas, ini juga karena mereka yang menggunakan media sosial terdiri dari berbagai lapisan masyarakat.

Dalam penelitian ini penulis memfokuskan Da'i atau komunikator sebagai seseorang yang membuat konten dakwah di Instagram dan di bagikan di media Instagram. Sedangkan Mad'u atau komunikan, penulis memfokuskan ke mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam angkatan 2016 sampai angkatan 2018 yang mempunyai dan mengakses konten-konten dakwah di Instagram.

Melihat latar belakang diatas maka, penulis mengambil judul ini guna membahas bagaimana proses dakwah melalui media Instagram pada mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Identifikasi permasalahan dan latar belakang yang telah diuraikan di atas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Mahasiswa KPI dalam menggunakan Instagram Sebagai Media Dakwah?
2. Apa saja Materi Dakwah Yang Disampaikan Melalui Media Instagram?

#### **E. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk Meneliti Mahasiswa KPI Dalam Menggunakan Instagram Sebagai Media Dakwah
2. Untuk Mengetahui Apa saja Materi Dakwah Yang Disampaikan Melalui Media Instagram

#### **F. Manfaat penelitian**

Dalam suatu penelitian pastinya banyak manfaat yang dapat diperoleh, adapun manfaat dalam penelitian ini sebagai berikut:

##### **1. Secara teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tambahan teruntuk mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam dalam melakukan dakwah melalui media instagram selain itu, penelitian ini dapat menjadi landasan untuk

penelitian selanjutnya, tentu nya dengan tema penelitian yang berhubungan.

## **2. Secara praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan menjadi salah satu sumber informasi dan rujukan bagi pelaku kegiatan dakwah mahasiswa yang menggunakan media Instagram terkhusus pada Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung.

## **G. Metode penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti, dapat di pastikan bahwa adalah penelitian lapangan (*field research*) yaitu penelitian yang langsung di lakukan dilapangan atau pada responden.<sup>6</sup> Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan karena peneliti bertemu langsung dengan mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Universitas Raden Intan Lampung yang menggunakan media instagram untuk kegiatan dakwah.

### **2. Sifat Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif. Penelitian deskriptif berusaha mendeskripsi dan menginterpretasi apa yang ada (bisa mengenai kondisi atau hubungan yang ada pendapatan yang sedang tumbuh, proses yang sedang berlangsung, akibat atau efek yang terjadi atau kecendrungan yang tengah berkembang).<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> M. Hasan Iqbal, *Pokok-Pokok metodologi Penelitian dan Aplikasinya*,( Jakarta : Ghalia Indonesia, 2002), h.11

<sup>7</sup>*Ibid*, h.179

### 3. Sumber Data

#### a. Data Primer

Data primer adalah data yang secara langsung diperoleh dari masyarakat baik yang dilakukan melalui wawancara, observasi dan alat lainnya.<sup>8</sup> Dalam hal ini data yang utama adalah mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang menggunakan Instagram dan mengakses konten dakwah dari angkatan 2016 sampai pada angkatan 2018 sebanyak 15 orang yang menggunakan Instagram dan mengakses konten dakwah di Instagram.

#### b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diperoleh dari atau berasal dari bahan keputusan.<sup>9</sup> Data skunder juga merupakan data pelengkap. Dalam hal ini penulis mengambil data melalui buku, artikel, jurnal internet, dan dokumen-dokumen yang ada.

### 4. Sempel

Sampling adalah proses pemilihan sejumlah individu (objek penelitian) untuk suatu penelitian sedemikian rupa sehingga individu-individu (objek penelitian) tersebut merupakan perwakilan kelompok yang lebih besar pada mana objek itu dipilih. Adapun teknik pengambilan sampel yang akan

---

<sup>8</sup> P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta : Rineka Cipta, 2015), h.87

<sup>9</sup>*Ibid*, h.88

digunakan dalam penelitian ini adalah teknik *Random Sampling*, artinya teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel dan yang penulis pakai adalah simple random sampling.<sup>10</sup> Alasan penulis menggunakan teknik tersebut karna populasi yang begitu banyak.

Yang menjadi sampel penulis dalam penelitian ini ialah 15 orang mahasiswa terdiri dari 5 orang angkatan 2016, 5 orang angkatan 2017, dan 5 orang angkatan 2018.

## **H. Metode Pengumpulan Data**

### **a. Dokumentasi**

Dokumentasi adalah mengumpulkan data yang tersedia yaitu biasanya berbentuk surat, catatan harian, cendra mata, laporan, foto dan dapat juga berbentuk file di server, dan *flashdisk* serta data yang tersimpan di website.<sup>11</sup> Metode ini penulis gunakan metode pelengkap dalam mengumpulkan data yang diinginkan.

### **b. Wawancara**

Wawancara adalah Tanya jawab dalam penelitian yang berlangsung secara lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan dapat digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan

---

<sup>10</sup> Wardi Bachtiar, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah*, (Bukit Pemulang Timur : Logos Wacana Ilmu) h. 83

<sup>11</sup> Juliansyah Noor, *Metode Penelitian* ( Jakarta: Kencana, 2011) h.141

permasalahan yang harus di teliti dan juga apabila ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit atau kecil.<sup>12</sup> Jenis wawancara yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah wawancara bebas terpimpin. Pewancara menggunakan pedoman wawancara (guide) yang berfungsi sebagai pengendali jangan sampai proses wawancara kehilangan arah.

c. Korespondensi Melalui WhatsApp

Korespondensi menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) adalah istilah umum yang merujuk kepada aktivitas penyampaian maksud melalui surat dari satu pihak kepada pihak lain. Korespondensi dapat atas nama jabatan dalam suatu perusahaan/organisasi atau atas nama perseorangan. Kegiatan saling berkirim surat oleh perseorangan atau oleh organisasi disebut surat menyurat atau korespondensi.<sup>13</sup> Pihak yang terlibat dalam aktivitas disebut koresponden. Metode ini sebagai metode pelengkap dalam penelitian ini penulis menggunakan aplikasi WhatsApp dalam menghubungi koresponden untuk menentukan populasi penelitian, yaitu mahasiswa KPI yang menggunakan dan mengakses konten dakwah di Instagram.

## **I. Analisis Data**

Analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang di peroleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam suatu kategori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sistensis, menyusun kepada pola, memilih mana

---

<sup>12</sup> Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metode Penelitian* ( Jakarta : Kencana, 2001) h.141

<sup>13</sup> KBBI.web.id/Koresponden diakses pada Tanggal 18 Agustus 2020

yang penting dan ada yang di pelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>14</sup>

Penelitian yang akan dilakukan penulis yaitu penelitian yang bersifat kualitatif, yang mana menurut sifatnya kualitatif yaitu data yang abstrak (*intangible*) atau tidak terukur.

Jadi proses analisis data yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini yaitu setelah data terkumpul, kemudian data dipilih terlebih dahulu. Selanjutnya penulis akan mengolah dan menganalisis data hasil penelitian sehingga dapat dijadikan suatu keputusan yang objektif dengan mengambil kesimpulan yang berdasarkan pada fakta-fakta yang ada dan merangkainya menjadi solusi dalam permasalahan yang ada dalam penelitian ini.

---

<sup>14</sup> Beni Achmad dan Saebeni, *Metode Penelitian* ( Bandung: Pustaka Setia,2008), h.199



## BAB II

### DAKWAH DAN INSTAGRAM

#### A. Dakwah

##### 1. Pengertian Dakwah

Secara etimologi atau bahasa, kata dakwah berasal dari bahasa Arab, yaitu *da'a-yad'u-da'watan* yang artinya mengajak, menyeru, memanggil. Sedangkan Warson Munawwir menyebutkan bahwa dakwah artinya adalah memanggil (*to call*), mengundang (*to invite*), mengajak (*to summon*), menyeru (*to propose*), mendorong (*to urge*) dan memohon (*to pray*)<sup>15</sup>

Dakwah dalam pengertian tersebut, dapat dijumpai dalam ayat-ayat Al-Quran yaitu: QS Yusuf 12:33

قَالَ رَبِّ السِّجْنُ أَحَبُّ إِلَيَّ مِمَّا يَدْعُونَنِي إِلَيْهِ وَإِلَّا تَصْرِفْ عَنِّي كَيْدَهُنَّ أَصْبُ إِلَيْهِنَّ وَأَكُن مِّنَ الْجَاهِلِينَ

*Yusuf berkata: "Wahai Tuhanku, penjara lebih aku sukai daripada memenuhi ajakan mereka kepadaku. Dan jika tidak Engkau hindarkan dari padaku tipu daya mereka, tentu aku akan cenderung untuk (memenuhi keinginan mereka) dan tentulah aku termasuk orang-orang yang bodoh".(QS. Yusuf ayat 33)*<sup>16</sup>

Pendapat beberapa ahli antara lain:

- a. M. Quraish Shihab, dakwah adalah seruan atau ajakan kepada keinsyafan atau usaha mengubah situasi kepada situasi yang lebih baik dan sempurna, baik terhadap pribadi maupun masyarakat

---

<sup>15</sup> Warson Munawwir, *Kamus Al-Munawwir*, (surabaya:pustaka progresif, 1994) hlm 439.

<sup>16</sup> Departemen Agama R.I., *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Pustaka Agung Harapan, 2006)

- b. Thoha yahya omar, mengartikan dakwah sebagai usaha mengajak manusia dengan cara bijaksana kepada jalan yang benar sesuai dengan perintah Tuhan untuk kemashlatan dan kebahagiaan mereka di dunia dan akhirat.
- c. Wahidin saputra menyebutkan dakwah adalah menjadikan perilaku muslim dalam menjalankan Islam sebagai agama rahmatan lil alamin yang harus di dakwahkan kepada seluruh manusia.

Sedangkan menurut penulis dakwah merupakan suatu perbuatan yang dilakukan dengan mengajak orang lain ke jalan yang benar yaitu berbuat kebaikan dan mencegah orang lain dan diri sendiri untuk perbuatan munkar atau yang di larang ajaran agama Islam.

Dari beberapa pengertian dakwah tersebut diatas, dapat di pahami bahwa pada prinsip dakwah merupakan upaya mengajak, menganjurkan manusia agar mau menerima kebaikan dan petunjuk yang termuat di dalam ajaran islam. Atau dengan kata lain, agar mereka mau menerima Islam sehingga mereka mendapatkan kebaikan dan kebahagiaan baik di dunia dan di akhirat.

## 2. Tujuan Dakwah

Tujuan merupakan sesuatu yang di capai melalui tindakan, perbuatan atau usaha. Dalam kaitannya dengan dakwah, maka tujuan dakwah yaitu sebagaimana dikatakan oleh Ahmad Ghasully adalah membimbing manusia untuk mencapai kebaikan dalam rangka merealisasikan

kebahagiaan. Sementara itu, Ra'uf Syalaby mengatakan bahwa tujuan dakwah adalah meng-Esakan Allah SWT, membuat manusia tunduk kepada-Nya, mendekatkan diri kepada-Nya dan intropeksi terhadap apa yang telah di perbuat.

Tujuan dakwah sebagaimana dikatakan Ahmad Ghasully dan Ra'uf Syalaby tersebut dapat dirumuskan kedalam tiga bentuk di antara lain:

a. Tujuan Praktis

Tujuan praktis dalam berdakwah merupakan tujuan tahap awal untuk menyelamatkan umat manusia dari lembah kegelapan dan membawanya ke tempat yang terang-benderang, dari jalan yang sesat kepada jalan yang lurus, dari lembah kemusyrikan dengan segala bentuk kesengsaraan menuju kepada tauhid yang menjanjikan kebahagiaan. Dengan demikian dapat dipahami bahwa secara praktis tujuan awal dakwah adalah menyelamatkan manusia dari jurang yang gelap (kekafiran) yang membuatnya tidak bisa melihat segala bentuk kebenaran dan membawa ke tempat yang terang-benderang (cahaya iman) yang dipantulkan ajaran islam sehingga mereka dapat melihat kebenaran.

b. Tujuan Realistis

Tujuan realistis adalah tujuan antara yakni berupa terlaksananya ajaran Islam secara keseluruhan dengan cara yang benar dan berdasarkan keimanan, sehingga terwujud masyarakat yang menjunjung tinggi kehidupan beragama dengan merealisasikan

ajaran islam secara penuh dan menyeluruh.

c. Tujuan Idealistis

Tujuan Idealistis adalah tujuan akhir pelaksanaan dakwah yaitu terwujudnya masyarakat muslim yang diidam-idamkan dalam suatu tatanan hidup berbangsa dan bernegara, adil, makmur, damai dan sejahtera dibawah limpahan rahmat, karunia dan ampunan Allah SWT.

3. Dasar Hukum Dakwah

Keberadaan dakwah sangat urgent dalam Islam. Antara dakwah dan Islam tidak dapat dipisahkan yang satu dengan yang lainnya. Sebagaimana diketahui, dakwah merupakan suatu usaha untuk mengajak, menyeru, dan mempengaruhi manusia agar selalu berpegang pada ajaran Allah guna memperoleh kebahagiaan hidup di dunia dan akhirat. Usaha mengajak dan mempengaruhi manusia agar pindah dari suatu situasi ke situasi yang lain, yaitu dari situasi yang jauh dari ajaran Allah menuju situasi yang sesuai dengan petunjuk dan ajaran-Nya. Setiap muslim diwajibkan menyampaikan dakwah Islam kepada seluruh umat manusia, sehingga mereka dapat merasakan ketentraman dan kedamaian.

Hal ini berdasarkan firman Allah al-Quran surah Ali Imran ayat 104:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَٰئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ

*”Dan hendaklah ada di antara kamu segolongan umat yang menyeru kepada kebajikan, menyuruh kepada yang ma'ruf dan mencegah dari yang munkar; merekalah orang-orang yang beruntung.”(QS. Ali Imran*

ayat 104).<sup>17</sup>

Perintah ini disampaikan Rasulullah kepada umatnya agar mereka menyampaikan dakwah meskipun hanya satu ayat. Ajakan ini berarti bahwa setiap individu wajib menyampaikan dakwah sesuai dengan kadar kemampuannya.

Sebagian ulama yang lain berpendapat bahwa hukum dakwah adalah wajib *kifayah*. Apabila dakwah sudah dilakukan oleh sekelompok atau sebagian orang, maka gugurlah segala kewajiban dakwah atas seluruh kaum muslimin, sebab sudah ada yang melaksanakan walaupun oleh sebagian orang. Hal ini didasarkan pada kata “*minkum*” yang diberikan pengertian “*litabyin*” yang memiliki arti perintah dakwah secara perseorangan atau semua orang muslim maka dakwah membacanya fardu ain. Yang dimaksud sebagian disini sebagaimana dijelaskan oleh *zamakhsyari*, bahwa perintah itu wajib bagi yang mengetahui adanya kemungkaran dan sekaligus mengetahui cara melaksanakan *amar ma'ruf dan nahi munkar*, sedangkan terhadap orang yang bodoh, kewajiban dakwah tidak dibebankan kepadanya. Sebab dia (karena ketidaktahuannya) mungkin memerintahkan pada kemungkaran dan melarang kebaikan, atau mengetahui hukum hukum di dalam mazhabnya dan tidak mengetahui madzhab madzhab yang lain.

#### 4. Unsur-unsur Dakwah

Yang dimaksud dengan unsur unsur dakwah adalah komponen

---

<sup>17</sup> Departemen Agama R.I., Al-Qur'an dan Terjemahnya (Pustaka Agung Harapan, 2006)

komponen yang selalu ada dalam setiap kegiatan dakwah. Unsur unsur dakwah tersebut antara lain yaitu:

a. Subjek Dakwah

Secara teoritis, subjek dakwah atau yang lebih dikenal dengan sebutan da'i adalah seseorang yang menyampaikan pesan atau menyebarkan ajaran agama kepada masyarakat umum (publik). Sedangkan secara praktis, subjek dakwah (da'i) dapat dipahami dalam dua pengertian. Pertama, da'i adalah setiap muslim yang melakukan aktifitas dakwah sebagai kewajiban yang melekat dan tak terpisahkan dari misi sebagai penganut islam sesuai dengan perintah "*ballighu 'anni walau ayat*". Kedua, da'i dilamarkan kepada mereka yang memiliki keahlian tertentu dalam bidang dakwah islam dan mempraktekkan keahlian tersebut dalam menyampaikan pesan-pesan agama dengan segenap kemampuannya baik dari segi penguasaan konsep, teori, maupun metode tertentu dalam berdakwah.

Subjek dakwah merupakan unsur terpenting dalam pelaksanaan dakwah, karena sebagaimana di dalam pepatah dikatakan: "*the man behind the gun*" (manusia itu dibelakang senjata). Maksudnya manusia sebagai pelaku adalah unsur yang paling penting dan menentukan.

Suksesnya usaha dakwah tergantung juga kepada kepribadian da'i yang bersangkutan. Apabila da'i mempunyai kepribadian yang menarik insyaallah dakwahnya akan berhasil dengan baik, dan

sebaliknya jika da'i tidak mempunyai kepribadian yang baik atau tidak mempunyai daya tarik, maka usaha itu akan mengalami kegagalan.

b. Objek Dakwah

Objek dakwah yaitu seseorang yang menerima dakwah. Baik individu maupun kelompok, sebagai objek dakwah, memiliki strata dan tingkatan yang berbeda-beda. Dalam hal ini seorang da'i dalam aktivitas dakwahnya, hendaklah memahami karakter dan siapa yang akan diajak bicara atau siapa yang akan menerima pesan-pesan dakwahnya, perlu mengetahui klasifikasi dan karakter objek dakwah, hal ini penting agar pesan pesan dakwah bisa diterima dengan baik oleh mad'u.

c. Materi Dakwah

Materi dakwah adalah sebuah pesan yang disampaikan oleh subjek dakwah(da'i) untuk diberikan kepada objek dakwah(mad'u). Materi dakwah yang biasa disebut juga dengan ideologi dakwah, ialah ajaran islam itu sendiri yang bersumber dari *Al-Quran* dan *Al-Sunnah*.

Keseluruhan ajaran islam, yang ada di kitabullah maupun sunnah rasulnya, yang pada pokoknya mengandung tiga prinsip yaitu:

1. Aqidah

Aqidah adalah pokok kepercayaan dalam agama Islam. Aqidah Islam disebut tauhid dan merupakan inti dari kepercayaan. Tauhid

adalah suatu kepercayaan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Dalam Islam, aqidah merupakan *I'tiqad bathiniyyah* yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman. Dalam bidang aqidah banyak pembahasannya yang tertuju pada masalah-masalah yang dilarang sebagai lawannya, misalnya syirik (menyekutukan adanya Tuhan), ingkar dengan adanya Tuhan dan sebagainya.

## 2. Syariat

Syariat adalah seluruh hukum dan perundang-undangan yang terdapat dalam Islam, baik yang berhubungan dengan manusia dengan Tuhan, maupun antar manusia sendiri. Dalam Islam, syariat berhubungan erat dengan amal lahir (nyata), dalam rangka menaati semua peraturan atau hukum Allah, guna mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya dan mengatur antara sesama manusia. Artinya masalah-masalah yang berhubungan dengan syari'ah tidak hanya ibadah kepada Allah, akan tetapi masalah-masalah yang berkaitan dengan pergaulan hidup antar sesama manusia juga diperlukan. Misalnya, hukum jual beli, berumah tangga, bertetangga, warisan, kepemimpinan dan amal-amal salih lainnya. Demikian juga larangan-larangan dari Allah SWT seperti meminum minuman keras, mencuri, berzina, dan membunuh, serta masalah-masalah yang menjadi materi dakwah Islam (*nahyi an-munkar*).

## 3. Akhlaq

Akhlaq yaitu menyangkut tata cara berhubungan baik secara



vertikal kepada Allah SWT. Maupun secara horizontal kepada sesama manusia dan seluruh makhluk-mahluk Allah. Islam mengajarkan etika paripurna yang memiliki sifat antisipatif jauh ke depan dengan dua ciri utama, pertama akhlak islam sebagaimana jati diri ajaran islam itu sendiri tidak menentang fitrah manusia. Kedua akhlak islam bersifat rasional karena keduanya bersifat demikian akhlak islam tidak terdistorsi oleh perjalanan sejarah.

#### d. Metode Dakwah

Metode berasal dari bahasa latin *methodos* adalah cara-cara yang digunakan, metode dakwah berarti cara dalam melaksanakan dakwah, menghilangkan rintangan atau kendala-kendala dakwah, agar mencapai tujuan dakwah secara efektif dan efisien.<sup>18</sup> Metode dakwah adalah cara yang digunakan juru dakwah untuk menyampaikan ajaran materi dakwah (Islam).<sup>19</sup>

Menurut Jamaluddin Kaffie metode dakwah yang masih tetap hidup dan berkembang adalah:

1. Metode sembunyi-sembunyi, pendekatan kepada saudara dan orang terdekat
2. Metode *Bil-Lisan* dengan ucapan, *Bil Qolam* dengan bentuk tulisan, dan *Bil Hal* dengan perbuatan atau aksi nyata
3. Metode *Bil Hikmah* dengan lembut, *Mauidzoh* hasanah dengan nasihat, dan *Bil lati hiya ahsan* dengan berdebat dengan perkataan

---

<sup>18</sup> Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta:Amzah, 2009), h.68

<sup>19</sup> Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah.....*, h.98

yang baik.

4. *Amar ma'ruf nahi munkar, tawashau bi al-haq wa al-sabr, tadzkirah.*<sup>20</sup>

Metode dakwah sangat dibutuhkan dalam proses dakwah agar seseorang da'i mampu menyampaikan pesan dakwahnya yang sampai pada hati dan pikiran mad'unya. Di era globalisasi saat ini dakwah harus memiliki perhitungan jitu, melakukan analisis kondisi, antisipasi masa depan dengan pemikiran teoritik, kebijakan praktis dan sistematis serta memiliki strategi tertentu yaitu informasi dikendalikan untuk cakrawala umat Islam sekaligus memperkuat ketahanan nilai-nilai Islam.

Globalisasi dan Informasi dengan dampak negatif dan positif merupakan tantangan dahsyat oleh karena itu umat Islam harus melakukan Inovasi yang tepat karena era globalisasi menjadikan dunia tanpa batas, para remaja yang hidup di zaman saat ini harus memiliki alat penyaring untuk memfilter pengaruh yang negatif. Islam didakwahkan dengan Inovasi dengan memanfaatkan teknologi informasi untuk mengambil porsi pengaruh positif besar terhadap para pencari informasi melalui teknologi informasi contohnya seperti media Instagram.

Seharusnya para Ulama, Da'i, dan para pemimpin-pemimpin Islam sudah menyadari dan segera melakukan langkah-

---

<sup>20</sup> Jamaluddin Kafie, *psikologi Dakwah*, (Surabaya:Indah,1993) h.39

langkah Inovasi untuk menjaga dan mendidik generasi muda agar siap dan matang dalam menghadapi serangan-serangan negatif dari media Internet.

Untuk berdakwah melalui Internet dapat dilakukan dengan membuat jaringan-jaringan tentang Islam, diantara nya sebagai berikut:

1. Dakwah dengan tulisan atau biasa disebut dengan *Bil Qolam* seperti membuat tulisan tentang dakwah dengan bentuk website dan blog.
2. Dakwah dengan mengajak langsung/aksi nyata atau biasa disebut *Bil Hal* seperti berdakwah di media sosial seperti Facebook, Youtube, dan Instagram

Dakwah melalui Internet telah menjadi salah satu pilihan yang tepat. Berbagai situs mereka bisa bebas memilih materi dakwah yang mereka sukai, dengan demikian pemaksaan kehendak bisa dihindari. Penyampaian yang variatif telah membuat dakwah Islam melalui Internet dapat menjangkau segmen yang luas dengan menggunakan fasilitas Instagram, fasilitas komentar dapat mengajak dalam berdiskusi keagamaan atau mengirim pesan-pesan moral kepada seluruh pengguna Instagram.

#### e. Media Dakwah

Media dakwah yaitu segala sesuatu yang dapat membantu juru

dakwah dalam menyampaikan ajaran Islam kepada umat manusia. Hamzah yaqub membagi media menjadi lima macam yaitu lisan, tulisan, lukisan, *audio*, *visual* dan akhlak.<sup>21</sup> Media dakwah merupakan alat yang digunakan para Da'i untuk membantu mensukseskan proses dakwah mereka. Media yang digunakan juga beragam dan efektif dalam berdakwah.

Dengan banyaknya media, seorang dai harus memilih media yang paling efektif untuk mencapai tujuan dakwah, beberapa hal yang perlu diperhatikan pada waktu memilih media adalah sebagai berikut:

1. Tidak ada satu media lain yang paling baik untuk keseluruhan masalah atau tujuan dakwah. Sebab setiap media memiliki karakteristik (kelebihan, kekurangan, keserasian) yang berbeda-beda.
  2. Media yang dipilih sesuai dengan tujuan dakwah.
  3. Media yang dipilih sesuai dengan kemampuan sasaran dakwah
  4. Media yang dipilih sesuai dengan materi dakwahnya.
  5. Pemilihan media hendaknya dilakukan berdasarkan penilaian objektif.
  6. Kesempatan dan ketersediaan media perlu mendapat perhatian.
  7. Efektivitas dan efisiensi harus diperhatikan.
- f. Efek dakwah

Efek dakwah atau *atsar* berasal dari bahasa arab yang artinya

---

<sup>21</sup> Hamzah Yaqub, *Politik Islam*, (Bandung:Diponegoro, 1992) h. 47

bekasan, sisa atau tanda. *Atsar(efek)* juga sering disebut dengan *feedback* (timbang balik) dari proses dakwah. Efek dakwah ini sering kali dilupakan atau tidak banyak menjadi perhatian para Da'i. Kebanyakan mereka menganggap bahwa setelah selesai dakwah disampaikan maka selesailah dakwah.<sup>22</sup>

Kegiatan dakwah harus diarahkan untuk memenuhi tiga aspek perubahan dari objeknya, yaitu perubahan pada aspek pengetahuan (*knowlodge*), aspek sikap (*attitude*), aspek perilaku (*behavioral*). Da'i yang baik dapat dilihat dari suksesnya tujuan dakwah yang memiliki efek dakwah terhadap mad'u. Apabila mad'u setelah mendengarkan pesan yang disampaikan kemudian menerima dan mulai memperbaiki diri menjadi lebih baik lagi maka Da'i bisa disebut sukses, daripada Da'i yang hanya menyampaikan saja tanpa memikirkan *respond* atau efek yang terjadi pada mad'u.

## **B. Instagram**

### **1. Pengertian Instagram**

Instagram Menurut Nisrina adalah sebuah aplikasi yang digunakan untuk membagi-bagikan photo dan video. Instagram sendiri masih merupakan bagian dari *Facebook* yang memungkinkan teman *Facebook* kita mem-follow akun *instagram* kita makin populernya *instagram* sebagai aplikasi yang digunakan untuk membagi *photo* untuk membuat banyak pengguna yang terjun ke bisnis *online* turut mempromosikan produk-

---

<sup>22</sup> Ibid., h. 99

produknya lewat *instagram*.<sup>23</sup>

Menurut Bambang Dwi Atmoko, *instagram* adalah sebuah aplikasi dari *handphone* yang khusus untuk media sosial yang merupakan salah satu dari media *digital* yang mempunyai fungsi yang hampir sama dengan media sosial *twitter*, namun perbedaannya terletak pada pengambilan photo dalam bentuk atau tempat untuk berbagi informasi terhadap penggunanya.<sup>24</sup>

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagai photo yang memungkinkan penggunaan mengambil photo, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik *instagram* sendiri. Satu fitur yang unik di *instagram* adalah memotong photo menjadi persegi, sehingga terlihat seperti hasil kamera *kodak instamatic* dan *polaroid*. Hal ini berbeda dengan *rasio aspek* 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti gerak.

Instagram merupakan salah satu fitur yang dimiliki oleh telepon pintar atau yang dikenal *smartphone*. Instagram ini sendiri merupakan aplikasi *handphone* yang berbasis *android*, selain itu *instagram* juga merupakan aplikasi yang digunakan untuk menjepret photo, mengedit photo, memberi efek *filter* pada photo dan membagi photo tersebut kepada semua orang. Sekarang *instagram* tak hanya dapat membagikan photo saja, aplikasi ini juga dapat digunakan untuk mengunggah video

---

<sup>23</sup> Silvina Mayasari, Clavinda Indraswari, "Efektivitas Media Sosial Instagram dalam Publikasi HUT Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepala Masyarakat" Jurnal Komunikasi vol 9., No 2 Tahun 2018

<sup>24</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta:Media Kita, 2012), h. 10

selama 1 menit. Awalnya aplikasi ini lebih dominan digunakan bagi yang mempunyai kesenangan dalam mengambil photo dari telepon pintarnya atau smartphone kemudian membagikan hasil jepretannya ke instagram. Photo photo yang diunggah ini bisa berupa photo pemandangan, photo keluarga sanak saudara, photo koleksi buku, dan sebagainya.<sup>25</sup>

### 3. Sejarah Instagram

Instagram pertama-tama dikembangkan di *San Fransisco* oleh Kevin Systrom dan Brasil Michel “Mike” Krieger saat mereka berdua memilih untuk berfokus pada pembuatan aplikasi multi-fitur “*HTML5 check-in*” di *nproyek Burbn* untuk *otografi mobile*.

Peluncuran perdana instagram berlangsung sangat sukses karena tidak menggunakan iklan, dengan menggunakan *viral marketing* namun berhasil menjaring 25 Ribu pengguna di hari pertama. Setelah seminggu peluncuran *instagram*, pengguna telah berjumlah 100 ribu orang. Maka dengan cepat Kevin dan Mike melakukan *upgrade* pada aplikasi buatan mereka ini. Dalam waktu singkat *buzz* di jejaring sosial terutama *twitter* membuat aplikasi ini semakin populer karena berada di *trending topic* dalam waktu yang cukup lama. Dalam waktu 2,5 bulan pengguna *instagram* meningkat sangat cepat mencapai satu juta pengguna. Selama lebih dari satu tahun instagram hadir secara *eksklusif* di *platform IOS* yang ada di hp

---

<sup>25</sup> Agustina, “*Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di SMA Negeri 3 Samarinda*” Jurnal vol 4, No 3 Tahun 2016:402-412

*Iphone*. Kini instagram mendapatkan kedudukan istimewa dari *Apple*, *Apple Store* tempat pembelian aplikasi di *Iphone* telah memberikan apresiasi kepada instagram, dengan diberikannya penghargaan sebagai *App Of The Year 2011*. *App Store* adalah layanan katalog aplikasi digital yang disediakan oleh *Apple* untuk perangkat *IOS* yang terdiri dari *Iphone*, *Ipad Touch*, dan *Ipad*.

Instagram telah menjadi layanan berbagi photo yang handal dengan sejuta pengguna. Kevin dan Mike mulai menempatkan ke *platform* lainnya yaitu android, *platform* buatan google ini relatif baru namun sekarang menjadi terbesar di dunia. Pada tanggal 3 April 2012 hari bersejarah bagi instagram karena telah sukses berada di platform Android. Jumlah pengguna instagram yang sebelumnya 30 Juta bertambah 1 Juta hanya dalam waktu 12 jam saja dan terus meningkat. Hal ini yang membuat nilai harga Instagram sebagai layanan photo *sharing* dan *Bubrn* sebagai perusahaan semakin tinggi. Pada tanggal 1 Mei 2012 jumlah pengguna mencapai 50 Juta dan terus bertambah 5 Juta tiap minggunya. Hanya berselang sembilan hari setelah kehadirannya di Android, perusahaan ini di ambil alih oleh *facebook* pada tanggal 9 April 2012.<sup>26</sup>

Instagram resmi dirilis untuk platform IOS pada tanggal 6 Oktober 2010 dan sebanyak 25 ribu pengguna berhasil terjaring pada hari pertama peluncuran. Pada tanggal 13 Oktober 2010 pengguna

---

<sup>26</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*....., h 7



mencapai 100 ribu, pada tanggal 21 Desember 2010 Instagram mencapai 1 juta pengguna, kemudian instagram merilis fitur hastag atau tagar pada 27 Januari 2011 agar lebih memudahkan pengguna menemukan photo dan pengguna lainnya, pada tanggal 15 Februari pengguna bertambah menjadi 2 Juta, dan berhasil mengumpulkan uang sebanyak US\$ 7 Juta dari berbagai *investor*. Pada tanggal 12 Juli dalam waktu 8 bulan mencapai 5 juta pengguna dan 100 Juta photo di unggah di Instagram. Instagram merilis versi baru yaitu 2.0 pada tanggal 20 September 2011 dengan *fitur filter* dan resolusi tinggi.<sup>27</sup>

Pada tanggal 3 April 2012, Instagram resmi dirilis pada sistem operasi Android. Aplikasi Instagram berhasil di unduh sebanyak lebih dari satu juta kali dalam waktu kurang dari satu hari, nampaknya pengguna *smartphone* berbasis android telah menanti-nanti kehadiran instagram di *handphone* mereka.

#### 4. Fitur-fitur Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi photo yang menerapkan filter digital untuk mengubah tampilan efek photo, dan membagikanya ke berbagai layanan media sosial seperti facebook dan twitter, dan termasuk milik instagram sendiri. Instagram memiliki lima menu utama yang semuanya terletak di bagian bawah pada tampilan instagram.<sup>28</sup> Menu itu antara lain adalah:

##### a. *Home Page*

---

<sup>27</sup> Geoff Desreumaux, “*The Complete History Of Instagram*” (on-line), tersedia di <https://wersm.com/the-complete-history-of-instagram/>. Diakses pada 23 Maret 2020

<sup>28</sup> Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*..., h.28

*Home Page* adalah halaman utama yang menampilkan (*timeline*) photo-photo terbaru dari sesama pengguna yang telah diikuti. Cara untuk melihat photo yaitu hanya dengan menggeser layar dari bawah ke atas seperti saat *scroll mouse* di komputer. Instagram hanya akan menampilkan photo-photo terbaru.

b. *Comment*

Instagram menyediakan fitur komentar, photo-photo yang ada di instagram dapat dikomentari di kolom komentar. Caranya tekan ikon bertanda balon komentar di bawah photo, kemudian ditulis kesan-kesan mengenai photo pada kotak yang disediakan setelah itu tekan *tombol send*.

c. *Caption*

Berfungsi layaknya deskripsi, disinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua kata soal photo yang diunggah.

d. *Explore*

Explore merupakan tampilan dari photo populer yang paling banyak disukai para pengguna instagram. Baik photo yang berasal dari pengguna yang di ikuti ataupun yang belum diikuti.

e. *Hashtag*

Fitur ini sebagaimana jejaring sosial pada umumnya memiliki fungsi untuk menandai teman atau mengelompokan photo dalam satu label.

f. Integrasi ke media sosial

Instagram juga memungkinkan penggunanya untuk berbagi photo maupun video ke jejaring sosial lain seperti *facebook* dan *twitter*. Bila *toll* diaktifkan maka setiap kali photo dibagikan, secara otomatis Instagram juga akan membagikanya ke jejaring sosial yang sudah terhubung.

g. *News Feed*

*News Feed* merupakan fitur yang menampilkan notifikasi terhadap berbagai aktivitas yang dilakukan oleh pengguna Instagram. *News feed* memiliki dua jenis tab yaitu “*following*” dan “*news*”. Tab “*following*” menampilkan aktivitas terbaru pada user yang telah pengguna *follow*, sedangkan tab “*news*” menampilkan notifikasi terbaru terhadap aktivitas para pengguna instagram terhadap photo pengguna, memberikan komentar atau *follow* maka pemberitahuan tersebut akan muncul di *tab* ini.<sup>29</sup>

h. *Profil*

*Profil* adalah halaman yang dapat mengetahui secara detail informasi dari pengguna, baik itu *profil* dari milik akun pribadi maupun pengguna lainnya. Fitur ini menampilkan jumlah photo dan video yang telah di *upload*, jumlah *following* dan *followers*.

i. *Stories*

*Stories* merupakan jendela yang menampilkan photo-photo dan video seperti fitur *home*, namun dalam fitur ini *stories* atau cerita

---

<sup>29</sup> Neng Dwi Kurnia, Riche Cynthia Johan, Gema Rullyana., “*Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media di Upt Perpustakaan Itenas*” Vol 8, No. 1 Tahun 2018

photo dan video tersebut memiliki batas waktu untuk ditampilkan, setiap *stories* yang di buat oleh pengguna akan ditampilkan selama 24 jam dan akan terhapus dengan sendirinya setelah waktu habis. Fitur ini lebih terlihat seperti kilas-kilas singkat untuk membagikan momen dengan mudah.

j. *Like*

*Like* adalah ikon dimana pengguna dapat menyukai gambar atau video pada *instagram*, simbol suka pada *instagram* berbeda bentuk dengan simbol pada *facebook* yang berbentuk jempol, simbol suka pada *instagram* adalah simbol hati, menyukai atau like konten di lakukan dengan cara menekan tombol *like* dibagian bawah *captions* yang besebelahan dengan komentar atau bisa dengan *double tap* (mengetuk dua kali) pada konten yang disukai.

5. Pembuatan Akun Instagram

Dalam pembuatan akun *instagram*, terdapat beberapa pilihan dan langkah-langkah yaitu:

a) Instalasi

Instalasi atau pemasangan aplikasi merupakan langkah pertama yang harus di lakukan, dengan mengunjungi *play store* atau *app store* bagi pengguna *smartphone* android dan *iphone*. Cara aplikasi *instagram* di laman pencarian kemudian ketuk “*instal*” atau “pasang” dalam proses ini *instagram* akan mulai di unduh dan di pasang di handphone.

b) *Registrasi*

*Registrasi* atau pendaftaran sangat penting dalam menggunakan instagram, karena registrasi adalah sebuah akun yang merupakan identitas resmi sebagai pengguna, ada beberapa langkah yang harus dilakukan untuk *registrasi*, yaitu dengan cara sebagai berikut:

1) Jalankan aplikasi instagram

Untuk mendaftar pada instagram tekan tombol “*sign up*” untuk melakukan registrasi. Setelah masuk ke halaman sign up isi data-data yang diperlukan. Tiga hal yang wajib diisi adalah *email*, *username*, dan *password*.

2) *Set profil picture*

*Set profil picture* untuk mengatur gambar *profil*, yaitu dengan memotret langsung dan dengan menggunakan photo yang sudah ada di galeri *handphone*.

3) Ketuk tombol *sign up* untuk pendaftaran.

6. Penggunaan media *Instagram*

Media sosial dekat dengan kehidupan sehari-hari. Pengguna media sosial seolah menjadikan media sosial sebagai kebutuhan *primer*. Kini mereka menggunakan media sosial bukan hanya untuk bercakap-cakap atau sekedar melihat-lihat tetapi lebih dari itu mereka memanfaatkan media sosial yang ada.

Menurut arif rohmadi, media sosial memiliki banyak manfaat di antaranya sebagai berikut:<sup>30</sup>

---

<sup>30</sup> Arif Rohmadi, *tiga produktif Ber-sosial Media*, (Jakarta: Elex Media Komputindo,

a) Mendapatkan Informasi

Banyak informasi yang dapat diperoleh melalui media sosial, seperti informasi beasiswa, lowongan pekerjaan, info seputar agama maupun hal-hal yang sedang trend yang dibicarakan banyak orang.

b) Menjalin silaturahmi

Melalui sosial media, kita sebagai user atau pengguna dapat melakukan komunikasi meski dengan jarak yang berjauhan dengan pengguna lain sehingga terjalin silaturahmi, baik dengan orang baru, teman lama, bahkan kerabat dan keluarga.

c) Kegiatan sosial

Melalui media sosial, pengguna dimudahkan dalam menggalang dana bantuan untuk kegiatan sosial, hal ini dikarenakan informasi tentang penggalang bantuan dapat dilihat oleh banyak orang dalam waktu yang singkat. Sehingga semakin banyak orang yang terketuk hatinya maka bantuan yang diperlukan akan terpenuhi.

d) *Branding*

*Branding* merupakan kumpulan kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh suatu perusahaan agar *brand (merk)* yang mereka tawarkan dikenal. Dalam perkembangan saat ini, *branding* tidak hanya dilakukan oleh perusahaan saja, namun meluas sampai tingkat personal (perseorangan) atau yang lebih dikenal dengan *personal branding*.

e) Promosi

Adanya sosial media memudahkan orang mempromosikan produk atau jasa yang di miliki jika dahulu untuk berjualan harus berada di pinggir jalan, sekarang dari rumah pun kita bisa berjalan dengan menggunakan media sosial.

## 7. Isi Pesan Dakwah Di *Instagram*

*Instagram* sendiri menjadi aplikasi media sosial yang dapat memberikan informasi yang sangat cepat dan terkini. Banyak informasi yang di bagikan oleh para pengguna tentang kejadian yang baru saja terjadi yang bisa kita dapatkan bahkan lebih cepat dibanding informasi tersebut tayang di televisi.<sup>31</sup> Hal tersebut karena para pengguna *instagram* memiliki dorongan untuk mengunggah informasi tersebut dalam bentuk gambar maupun video, sehingga informasi tersebut mendapat respon dan menjadi bahan pembicaraan informatif di dunia maya.

Dengan keunikan *instagram* yang ada pada bingkai photo maupun video berbentuk persegi, juga *fitur* edit maupun video inilah yang menjadi penarik minat pengguna untuk memposting di *instagram*. Keunikan lain *instagram* ada pada durasi video yang diberikan oleh *instagram* yaitu tidak melebihi 60 detik, sehingga menjadi sebuah tantangan bagi pengguna agar bisa mengemas pesan nya dengan lebih baik karena batas waktu yang disediakan oleh *instagram*.

Penggunaan *fitur-fitur instagram* saat ini sangat banyak dipakai oleh pengguna *instagram* khususnya para komunitas yang mengunggah

---

<sup>31</sup> Bambang Dwi Atmoko., *Instagram Handbook*....., h.42

video-video pribadi, informasi, komedi, *fashion* dan apa yang sedang hangat diperbincangkan, penonton dari video-video mereka sangatlah banyak, bisa mencapai satu juta lebih tayangan, dan ini menjadi motivasi bagi para da'i untuk menghadirkan dakwah di antara video-video mereka kepada para pengguna instagram menggunakan *fitur vidgram* (video instagram) ini.

Dalam proses dakwah, konten-konten bermuatan Islam dengan penyajian yang kreatif dan menarik banyak dimintai oleh pengguna lain sehingga kegiatan dakwah dan konten-konten Islami dalam instagram menjadi konten-konten yang disukai dan menjadi *trend* di masyarakat. Masyarakat sangat menyukai konten dakwah yang ada di Instagram terutama mahasiswa yang tentunya mereka tidak ingin ketinggalan zaman dan dirasa dakwah lewat Instagram lebih efektif untuk menarik hati khususnya kaum muda. Konten Islami yang kreatif membuat masyarakat tidak bosan untuk menikmati dan bahkan ikut membagikan konten dakwah tersebut ke media sosial lain. Dan selain itu bagi pengguna media Instagram dapat memilih materi dakwah apa saja yang ingin dilihat di media Instagram. Pada intinya isi pesan dakwah di Instagram banyak sekali memberikan manfaat bagi para penggunanya.

## **J. Tinjauan Pustaka**

Dalam melakukan penelitian ini penulis mengadakan tela'ah kepustakaan dan menemukan skripsi yang memiliki kemiripan judul yang akan penulis teliti, judul skripsi tersebut antara lain:



1. Pada tahun 2012, Nila Saniyah, dengan skripsi yang berjudul “ Dakwah Islam Melalui *Facebook* (Study Terhadap Materi Dakwah *Update Status* dan *Comment Facebook* Pada Group “Komunitas Muslim Indonesia”) Skripsi ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif deskriptif dengan jenis penelitian *content analysis*. Materi utama dalam dakwah *update status* dan *comment facebook* pada Group “Komunitas Muslim Indonesia” yang bertujuan untuk mendeskripsikan materi yang di update, karena tidak menutup kemungkinan facebook juga dapat dijadikan sebagai tindakan penyelewengan agama, melalui konsep materi dakwah diharapkan untuk saling bertukar pikiran tentang islam yang baik dalam akidah, syariah, dan akhlak. Hal ini bertujuan untuk meminimalisir kesahan dan ketidak pahaman dapat dihilangkan sehingga benar benar mengerti.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Nila Saniyah adalah pada aspek media yang digunakan yaitu sama-sama menggunakan Internet, sedangkan perbedaanya penulis dengan penelitian oleh Nila Saniyah adalah pada titik fokus penelitiannya, peneliti meneliti isi dakwah mahasiswa melalui media Instagram, sedangkan Nila Saniyah meneliti materi dakwah melalui Facebook.

2. Pada tahun 2017, Anwar Sidiq dengan skripsi yang berjudul “Pemanfaatan Instagram Sebagai Media Dakwah (Studi Pada Akun @fuadbakh). Skripsi ini menggunakan metodologi penelitian pustaka (*library research*) yang bersifat kualitatif dengan sumber data primer berupa konten Instagram.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Anwar Sidiq adalah media yang digunakan yaitu pemanfaatan Instagram, sedangkan perbedaannya yaitu jenis dan titik fokus penelitian dimana Anwar Sidiq menggunakan penelitian pustaka dan berfokus ke akun @fuadbakh sedangkan penulis menggunakan penelitian lapangan dan bertitik fokus kepada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam.

3. Pada tahun 2016, Nur Rohmah dengan skripsi berjudul “Dakwah Melalui Instagram (Studi Kasus Materi Dakwah Dalam Instagram Yusuf Mansyur, Felix Siau, Aa Gym, Arifin Ilham)” skripsi ini menggunakan metodologi penelitian deskriptif kualitatif, untuk mencapai tujuan penelitian menggunakan analisis isi dan teknik yang digunakan oleh Nur Rohmah yaitu dengan metode dokumentasi untuk mengumpulkan dokumen yang berkaitan dengan subjek penelitian.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Nur Rohmah yaitu sama-sama menggunakan Internet dan media Instagram sebagai media nya, sedangkan perbedaannya dengan penulis adalah penelitian ini tertuju kepada analisis isi pesan dakwah yang terkandung dalam akun ustad Yusuf Mansyur, Felix Siau, Aa Gym, dan Arifin Ilham sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis terhadap penggunaan Instagram sebagai media dakwah bagi mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam.

4. Pada tahun 2019, Zakiah Romadlany dengan jurnal yang berjudul “Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini Studi Akun Instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid” jurnal ini menggunakan

metodologi penelitian deskriptif kualitatif, dan untuk mencapai tujuan Zakiyah Romadlany menggumpulkan data dengan dokumentasi dan triangulasi data.

Persamaan penelitian yang dilakukan oleh Zakiyah Romadlany sama sama menggunakan Internet dan menggunakan Media Instagram sebagai media penelitiannya, dan sedangkan perbedaan nya dengan penulis adalah penelitian ini tertuju kepada pondok pesantren nurul jadid yang menggunakan Instagram sebagai media pembelajaran nya sedangkan penelitian yang dilakukan oleh penulis tertuju kepada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam dalam menggunakan Instagram sebagai media dakwah.

### **BAB III**

## **GAMBARAN UMUM MAHASISWA KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM DALAM MENGGUNAKAN INSTAGRAM**

### **A. Kondisi Umum Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Dalam Penggunaan Instagram**

#### **1. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Raden Intan Lampung**

Mahasiswa adalah sebutan untuk orang yang sedang menjalani pendidikan tinggi disebuah perguruan tinggi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia Mahasiswa adalah orang yang belajar (pelajar) di Perguruan Tinggi atau seorang yang menghadiri pada suatu institusi pendidikan.<sup>32</sup> Mahasiswa merupakan sebagian dari generasi muda Indonesia yang mendapat kesempatan untuk belajar dan mengasah kemampuannya di perguruan tinggi. Tentunya sangat diharapkan mendapat manfaat yang sebesar-besarnya dari pendidikan agar kelak mampu menyumbangkan kemampuannya untuk memperbaiki kualitas hidup bangsa.

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Merupakan Fakultas yang mengutamakan pembelajaran tentang materi Ilmu Dakwah yang menunjang kegiatan komunikasi dan Dakwah. Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung yang terdiri dari Mahasiswa dan Mahasiswi.

---

<sup>32</sup> Kbbi.web.id/mahasiswa diakses pada tanggal 07 Juli 2020

Keberadaan Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung secara historis tidak mungkin terpisahkan dengan berdirinya UIN Raden Intan Lampung. Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam dalam lintas Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi termasuk sebagai jurusan tertua di Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam merupakan mahasiswa yang memiliki kemampuan dalam bidang teknologi dan dakwah.

Komunikasi melalui retorika, media cetak, radio dan televisi.<sup>33</sup> Mahasiswa Fakultas ini diberikan pendidikan tentang berdakwah pada zaman modernisasi seperti saat ini. Memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi sebagai media dakwah sudah tentu menjadi sebuah tugas bagi generasi muda khususnya umat muslim dan mampu membagikan ajaran Islam dalam realita kehidupan “*Transmitting Islamic Values*”, yang berarti sebagai Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam harus mampu membagikan (meneruskan) pesan-pesan dakwah kepada orang lain.

Sejalan dengan perkembangan Teknologi dan Ilmu pengetahuan, maka mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam sebagai seorang komunikator memiliki tantangan yang cukup besar, dimana mahasiswa dengan Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam harus mempersiapkan diri agar mampu menjadi seorang komunikator atau Da'i yang baik dalam memberikan Informasi dan Ilmu Pengetahuan yang semakin hari semakin berkembang supaya dapat diterima oleh masyarakat yang membutuhkannya.

---

<sup>33</sup> Profil Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

## **2. Sejarah Singkat Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam (KPI)**

Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Raden Intan Lampung saat ini telah berubah Menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung merupakan salah satu perguruan tinggi yang berwenang di bawah kementerian Agama Republik Indonesia. IAIN Raden Intan Lampung berdiri berdasarkan surat Keputusan Menteri Agama No. 187/68 Tanggal 26 Oktober 1968, dengan Nama IAIN Al-Jamiah Al-Islamiyah Al-Hukumiyyah Raden Intan Lampung. Seiring perkembangan zaman IAIN pada tahun 1995 diajukan pengusulan untuk pengembangan Fakultas baru dengan usulan dari Rektor IAIN Raden Intan Lampung Nomor: IN/11/R/D/55 Tanggal 13 Januari 1995.<sup>34</sup>

Saat menunggu proses persetujuan usulan, Fakultas Dakwah dengan status persiapan negeri dibuka pada Tahun 1989 berdasarkan izin operasional dengan SK Dirjen bagais No. 30/E/1989 Tanggal 20 Juli 1989. Berdasarkan usulan Rektor tersebut, kemudian terbitlah Surat Keputusan Dirjen Pembinaan Kelembagaan Agama Islam No. E/109/1995 Tanggal 15 September 1995, Tentang Fakultas Dakwah IAIN Raden Intan Lampung. Seiring dengan terbitnya surat keputusan tersebut, secara resmi Fakultas Dakwah menjadi negeri, terdiri dari tiga jurusan yaitu: PPAI, Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), dan Manajemen Dakwah (MD). Pada tahun itu baru dua jurusan yang beroperasi yaitu PPAI dan PMI.

---

<sup>34</sup> Profil Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Setelahnya jurusan PPAI di gantikan menjadi jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI), pada tahun 1998 perkembangan selanjutnya jurusan Manajemen Dakwah (MD) mulai resmi beroperasi. Tahun 2000 jurusan KPI dan PMI mengajukan Akreditasi, dan terbitlah Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Nomor: 017/BAN-PT/1999-2000 pada tanggal 27 Desember 2000 dengan peringkat Akreditasi C. peringkat Tersebut memotivasi Civitas Akademia Fakultas Dakwah untuk berbenah diri dalam upaya meningkatkan kualitas Fakultas Dakwah.<sup>35</sup>

Kerja keras yang dilakukan Civitas Akademia Fakultas Dakwah akhirnya membuahkan hasil dengan terakreditasnya jurusan-jurusan atau program studi Fakultas Dakwah mendapat peringkat B pada Tahun 2008 sesuai dengan surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi Nomor: 032/BAN-PT/Ak-X/S1/12008 untuk jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam.

Akta pendirian izin operasional Fakultas Dakwah tertuang dalam Surat Keputusan Direktorat Jendral Kelembagaan Agama Islam nomor: E/109/1995 pada tanggal 15 September 1995. Pada tahun 2009 izin operasional Fakultas Dakwah telah diperbarui dengan Surat Keputusan Dirjen PENDIS Nomor: Dj.I.197/2009 tanggal 14 April 2009 tentang izin operasional penyelenggaraan Program Studi. Nama Lembaga pendidikan tinggi Islam yang bernaung dalam kementerian Agama Republik Indonesia sesuai dengan keputusan Direktorat Jenderal Keputusan Agama Islam

---

<sup>35</sup> Profil Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

Nomor: E/109/1995 tanggal 15 September 1995 yang bernama Fakultas Dakwah.

Hingga sampai saat ini UIN Raden Intan Lampung memiliki empat Jurusan dalam Fakultas Dakwah, yaitu Prodi Komunikasi dan Penyiaran (KPI), Manajemen Dakwah (MD), Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), dan Bimbingan Konseling Islam (BKI).<sup>36</sup>

Dari mulai berdiri sampai saat ini, prodi KPI sudah beberapa kali diakreditasi. Pada akreditasi pertama pada tahun 1999 dengan predikat C berdasarkan Surat Keputusan BAN-PT. No. 017 tahun 1999. Kemudian, pada akreditasi kedua pada tahun 2007 prodi KPI mengajukan untuk diakreditasi kembali sesuai Surat Keputusan BAN-PT. No. 032/BAN-PT/Ak-X/S/I/2008 tanggal 12 Januari 2008 menghasilkan akreditasi dengan nilai B.

Berkaitan dengan hampir berakhirnya masa berlaku Akreditasi prodi KPI, pada tahun 2011 program studi KPI mengajukan kembali untuk diakreditasi oleh BAN-PT untuk melaksanakan tugas penyusunan Borang Akreditasi dan Evaluasi diri prodi KPI, maka diangkatlah tim penyusun melalui Surat Keputusan Dekan No. 002 tahun 2012.

Pada tanggal 01 Februari 2012, tim Borang Akreditasi dan Evaluasi diri prodi KPI bertugas untuk menyusun Borang Akreditasi dan melakukan evaluasi diri secara menyeluruh terhadap penyelenggaraan prodi KPI dalam jangka waktu 5 tahun terakhir. Akreditasi prodi KPI terus diajukan

---

<sup>36</sup> Profil Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



peringkatnya secara tahap bertahap demi menjaga kualitas dan mutu prodi agar tetap baik.

Tim penyelenggaraan prodi KPI mengacu kepada visi, misi, tujuan, dan sasaran program studi. Proses perumusannya sudah memperhatikan keterkaitan antara visi, misi, tujuan, dan sasaran Fakultas dan Institut. Untuk menyelenggarakan Tri Dharma Perguruan Tinggi, Program studi KPI memiliki personalia yang terdiri atas Ketua Program Studi, Sekretaris Program Studi, Staf, Tenaga Kependidikan, dan Dosen Program studi. Masing-masing memiliki tugas dan fungsi pokok yang jelas yang dituangkan dalam Statuta IAIN Raden Intan Lampung. Agar terwujud sustansibilitas program kerja, prodi berpedoman kepada Rencana Strategi (renstra) sebagai wujud nyata perencanaan dalam jangka pendek, menengah, dan panjang disamping memanfaatkan hasil evaluasi mutu internal dan eksternal. Pengelolaan mutu merupakan penjamin mutu yang pada gilirannya berdampak terhadap pengalaman dan mutu hasil belajar mahasiswa.

Sebagai landasan penjamin mutu prodi telah berupaya untuk melengkapi metodologi baku mutu secara terus menerus untuk upaya penguatan program studi, studi melakukan kerjasama dan kemitraan dengan Instansi yang memiliki relevansi dalam pengembangan prodi.

Dari tahun 2013 sampai saat ini, prodi KPI terus menerus menunjukkan perkembangan positif. Dalam hal tersebut dibuktikan dengan terus bertambahnya peminat di jurusan KPI. Dari tahun ke tahun jumlah kelas prodi KPI semakin bertambah. Pada tahun ini, tercatat prodi KPI telah

memiliki kelas sebanyak enam kelas dengan jumlah mahasiswa lebih dari 200 orang.

Terlebih dengan disahkannya IAIN Raden Intan Lampung menjadi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung sejak April 2017, diharapkan dapat lebih menjadi daya tarik mahasiswa baru yang ingin menjadi mahasiswa UIN Raden Intan Lampung.<sup>37</sup>

Dan pada tanggal 5 Maret 2019, prodi KPI terus menerus menunjukkan perkembangan positifnya dan atas kerja keras civitas akademika Fakultas Dakwah prodi KPI kembali membuah kan hasil dan terbitlah Surat Keputusan Badan Akreditasi Nasional Perguruan Tinggi dengan nomor : 258/SK/BAN-PT/Akred/S/III/2019, yang menyatakan prodi KPI terakreditasi A sejak tanggal 5 Maret 2019 sampai dengan 5 Maret 2024.

### **3. Visi, Misi, Jurusan KPI**

#### **a. Visi**

Visi yang ingin dicapai oleh program Studi KPI sejalan mendukung tercapainya visi UIN Raden Intan Lampung, yakni menjadi prodi yang unggul dalam pengkajian dan aplikasi Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam di Sumatra 2025.

Sebelum merumuskan visi, prodi KPI terlebih dahulu melakukan kajian mendalam dengan memperhatikan kekuatan, kelemahan yang dimiliki oleh prodi KPI dan mempertimbangkan peluang dan ancaman yang dihadapi oleh prodi KPI saat ini dan yang akan datang, dengan

---

<sup>37</sup> Profil Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam

demikian rentan waktu untuk mencapai visi sampai tahun 2025 sangat realistis dan akan dapat dicapai.

Untuk lebih menjamin realistis pencapaian visi, prodi KPI melibatkan banyak unsur yang terkait langsung dengan *user* prodi KPI, diantaranya yaitu Kementerian Agama, Lembaga-Lembaga Dakwah, media massa (elektronik dan cetak), dan rumah sakit. Dari pihak yang terkait untuk diajak mengkaji rumusan visi, prodi banyak mendapatkan saran dan masukan agar bagaimana lulusan dapat bersaing di dunia kerja.

#### **b. Misi**

Untuk mencapai visi tersebut diatas maka prodi KPI Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Raden Intan Lampung merumuskan misi sebagai berikut:

1. Meningkatkan mutu pendidikan dan pengajaran, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat dalam bidang Ilmu Komunikasi dan Penyiaran Islam
2. Mengembangkan jaringan kerjasama kemitraan dalam bidang jurnalistik pers dan broadcasting.
3. Meningkatkan mutu pelayanan dan informasi publik bagi masyarakat.
4. Meningkatkan mutu Pendidikan Tinggi Islam dalam bidang *public speaking (khitabah)*, Jurnalistik Pers dan Broadcasting.

Misi prodi KPI dirumuskan agar mengarahkan apa saja yang harus dilakukan untuk mencapai visi prodi dengan tetap mengacu pada misi UIN

Raden Intan Lampung.

## **B. Penggunaan Instagram Pada Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam**

Media sosial merupakan bagian dari teknologi informasi memiliki banyak peran penting dalam penyediaan dan pengolahan informasi apabila dapat dimanfaatkan dengan baik terutama bagi para komunikator. Mahasiswa Jurusan KPI sebagai calon Da'i atau Komunikator dimasa yang akan datang harus mengetahui dan mampu menggunakan media sosial dengan baik sesuai dengan kebutuhan dan tuntutan pekerjaan sebagai pemberi informasi/pesan.

Dalam dunia pendidikan khususnya dalam ruang lingkup universitas dan sekolah tinggi, kata media sosial sudah tidak asing lagi bahkan sering digunakan oleh masyarakat kampus khususnya para mahasiswa, dosen dan yang lainnya dalam proses komunikasi, baik belajar maupun kegiatan kampus lainnya. Begitupun di UIN Raden Intan Lampung, pimpinan Universitas telah melengkapi fasilitas-fasilitas yang begitu banyak termasuk penyediaan wifi kampus yang memungkinkan mahasiswa dapat mengakses internet secara gratis meskipun masih banyak kendala-kendala yang sering dihadapi oleh para penggunanya.

Dengan adanya fasilitas wifi dikampus telah memberi kemudahan mahasiswa dalam mengakses internet untuk membuka media sosial mereka melalui *handphone* mencari berbagai macam informasi yang dapat menunjang proses belajar mengajar, informasi, berita terbaru, pesan dakwah dan bahkan informasi yang dapat memberi dampak negatif buat para mahasiswa yang

kadang menyalah gunakan fasilitas yang ada terkhusus internet tersebut. Selain dari itu, dengan adanya internet yang dimanfaatkan dengan baik, maka sivitas akademika tidak akan ketinggalan informasi, perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan karena sangat membantu sivitas akademika terlebih lagi dapat diakses secara gratis.

Sesuai dengan hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti dengan permasalahan yang dikaji mengenai dakwah mahasiswa melalui media Instagram pada mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung, maka dari hasil penelitian tersebut dapat digambarkan beberapa bentuk penggunaan oleh mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah yang merupakan bagian terkecil dari keseluruhan mahasiswa yang ada di kampus Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Intan Lampung mengenai bagaimana proses memanfaatkan Instagram sebagai media dakwah.

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti dengan menggunakan instrumen penelitian yang berupa angket, dan wawancara maka peneliti dapat menggambarkan beberapa bentuk penggunaan Instagram bagi mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, antara lain:

1. Penggunaan Instagram Sebagai Media Komunikasi & Informasi

Menurut Robert I. Mathis dan Jhon H. Jackson dalam bukunya yang berjudul teori Komunikasi dan Informasi adalah perkembangan dan evolusi telekomunikasi dan teknologi yang membantu pengiriman

informasi yang cepat.<sup>38</sup> Media komunikasi menjadi sebuah sarana dalam produksi, reproduksi, mengolah dan mendistribusikan untuk menyampaikan sebuah informasi. Secara sederhana, media komunikasi adalah suatu perantara yang menjadi penghubung untuk menyampaikan informasi ataupun data dari komunikator kepada komunikan yang bertujuan agar sampainya informasi atau data tersebut.

Era modern sekarang ini sudah menjadi zaman *cyber* yang hampir seluruh aktifitas menggunakan internet. Proses komunikasi juga menjadi salah satu aktifitas yang banyak dijalankan melalui internet. Internet menjadi sarana komunikasi terbesar dan yang paling banyak digunakan saat ini. Pada berita yang dirilis oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia bahwa salah satu lembaga riset pasar *eMarketer.com* menyebutkan bahwa, penggunaan internet di indonesia bertambah setiap tahunnya sejak 2013 sebanyak 10 juta lebih pengguna per-tahunnya. *eMarketer.com* memperkirakan bahwa ditahun 2017 indonesia menempati peringkat ke-5 dengan perkiraan jumlah warganet sebanyak 112 juta orang. Secara keseluruhan, jumlah warganet diseluruh dunia mencapai 3 miliar orang pada tahun 2015, dan diperkirakan pada tahun 2018 akan ada 3,6 miliar yang mengakses internet setidaknya satu kali dalam setiap bulannya.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup> [http://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_Komunikasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Media_Komunikasi) (diakses pada 11 Jul. 20 20)

<sup>39</sup> Wicak Hidayat (online) dalam [https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-limadunia/0/sorotan\\_media\\_\(11\\_Juli\\_2020\)](https://kominfo.go.id/content/detail/4286/pengguna-internet-indonesia-nomor-limadunia/0/sorotan_media_(11_Juli_2020))

Kehadiran internet memungkinkan seseorang untuk menjalin komunikasi dengan mudah. Komunikasi akan berjalan dengan lancar dan efektif, karena saat ini semakin banyak orang yang mengakses internet baik dari kalangan remaja hingga orangtua. Sering juga terdapat makna dikalangan masyarakat bahwa dengan internet dapat mendekatkan yang jauh, maksudnya orang yang bertempat tinggal jauh akan terasa dekat dengan berhubungan melalui internet. Makna tersebut yang membuat orang sering kali menggunakan jaringan internet sebagai media komunikasi, dan faktanya sudah banyak orang yang berkomunikasi melalui internet.

Instagram sebagai media jejaring sosial, menjadi salah satu media komunikasi dan informasi paling populer saat ini. Sebagaimana dikemukakan oleh **Doni Julianto** mahasiswa semester 5, tentang pertanyaan alasannya menggunakan Instagram, menurut doni julianto menggunakan Instagram merupakan sumber Informasi atau berita yang bisa kita dapatkan dengan mudah di era modern ini.<sup>40</sup>

**Lian Nando** mahasiswa KPI smester 9 tentang pertanyaan apa saja kegunaan Instagram, untuk memberikan informasi yang terupdate, karna mahasiswa harus mengetahui informasi yang sedang hangat apalagi jurusan KPI harus mengetahui informasi tersebut.<sup>41</sup>

**Esti Risningsih** mahasiswa KPI smester 5 juga mengungkapkan tentang pertanyaan apa saja kegunaan Instagram selain untuk hiburan,

---

<sup>40</sup> Doni Julianto, mahasiswa KPI, wawancara , tanggal 16 Juli 2020

<sup>41</sup> Lian Nando, mahasiswa KPI, wawancara, tanggal 16 Juli 2020

mencari teman juga untuk melihat informasi terkini.<sup>42</sup>

Sejalan dengan dikemukakan oleh **Rizki Verdiansyah** mahasiswa KPI semester 7 mengungkapkan alasan menggunakan Instagram untuk menemukan teman dari beberapa negara dan melihat informasi atau berita dunia.<sup>43</sup>

Ketertarikan seseorang dalam menggunakan Instagram sebagai media komunikasi dan informasi salah satu nya karena kepopuleran media ini dan ketersediaan informasi yang banyak ditemukan oleh orang orang yang mencari informasi.

Minat seseorang terhadap fitur yang ditawarkan Instagram juga menjadikan Instagram dipilih oleh orang orang untuk berkomunikasi seperti halnya

Fitur photo. **Khoirul Triansyah** mahasiswa KPI angkatan semester 7 mengungkapkan bahwa selain menjadi media komunikasi berguna juga untuk share konten share photo dan *daily routine* dimedia sosial yang kita miliki.<sup>44</sup>

**Marita Andarini** mahasiswa KPI semester 9 mengungkapkan alasanya menggunakan Instagram sebagai salah satu media sosial selain berkomunikasi dengan teman teman kita bisa membangun relasi, mendapatkan informasi dari berbagai hal.<sup>45</sup>

Kecendrungan seseorang dalam mengunggah setiap kejadian, apa

---

<sup>42</sup> Esti Risningsih, mahasiswa KPI, wawancara, tanggal 17 Juli 2020

<sup>43</sup> Rizki Verdiansyah, mahasiswa KPI, wawancara, tanggal 25 Juli 2020

<sup>44</sup> Khoril Triansyah, mahasiswa KPI, wawancara, tanggal 26 Juli 2020

<sup>45</sup> Marita Andarini, mahasiswa KPI, wawancara, tanggal 21 Juli 2020



yang dilakukan dan karya karya mereka sendiri di Instagram, menjadikan Instagram sebagai media komunikasi dan informasi yang populer saat ini. Setiap orang dengan mudahnya sekedar berbagi informasi dengan photo-photo ataupun video yang dibagikan. Photo yang diunggah ke Instagram akhirnya menjadi sebuah media komunikasi dan informasi yang akan menghubungi antara pengirim dan penerima. Photo dan video yang disebut konten diunggah disertai caption atau deskripsi tentang konten tersebut, yang kemudian akan direspon oleh pengguna lain yang tertarik pada konten tersebut. Banyak hal yang bisa digunakan sebagai tanda terjalannya komunikasi dari bentuk photo dan video yang di unggah seperti tanda *love* (suka), *comment* (komentar), *share to* (bagikan), dan *save* (menyimpan).

Keterangan-keterangan diatas dapat disimpulkan bahwa Instagram dipilih sebagai media sosial yang dapat dijadikan banyak orang untuk media berkomunikasi dengan berbagai faktor.

## 2. Instagram Sebagai Media Dakwah

Perkembangan pesat yang dilakukan oleh Media Instagram saat ini menjadikan daya tarik bagi penggunanya apalagi penggiat dakwah di media sosial, dikarenakan maraknya para warganet yang membuat konten dan membagikan konten tentang Islam di Instagram.

Hal ini sejalan dengan beberapa alasan informan terkait pertanyaan

tentang kegiatan apa saja yang dilakukan di Instagram. Semua mengatakan bahwa dakwah Islam merupakan salah satu kegiatan yang mereka lakukan di media Instagram. **Mei Silviana** mengatakan:

“kegiatan yang dilakukan di media Instagram biasanya kegiatan membagikan moment photo event, moment terbaik, mengerjakan tugas kuliah, dan sedikit melihat dan membuat konten konten dakwah”<sup>46</sup>

Yang mendasari seseorang memilih suatu hal dikarenakan minat seseorang yang berbeda-beda. Keterangan Mei Silviana menandakan bahwa dia memilih media Instagram untuk membagikan photo event, kegiatan terbaik, mengerjakan tugas kuliah, dan berdakwah dan melihat konten-konten dakwah di media Instagram. Berbeda halnya dengan pendapat **Ella Nur Safitruli** yang mengungkapkan:

“Ella mengatakan kegiatan yang dilakukan di Instagram yaitu memposting photo dan video karya saya sendiri, selain memposting photo dan video karya saya sendiri saya juga sering mengcover lagu-lagu yang saya sukai, membuat konten komedi dan yang pastinya dakwah karna saya sembari belajar berdakwah”<sup>47</sup>

Pernyataan tersebut dapat memberikan penjelasan bahwa para pengguna Instagram juga dapat memberikan informasi seputar Islam di Instagram. Instagram digunakan sebagai media untuk menyampaikan dan mendapatkan Informasi seputar agama Islam.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Zakiyah Romadlany dalam jurnalnya menyebutkan bahwa dakwah melalui media Instagram cukup menarik perhatian para pengguna media Instagram dengan beragam motif. Dan tentunya media instagram menjadi bagian ketersambungan emosional

---

<sup>46</sup> Mei Silviana, mahasiswa KPI, wawancara, 25 Juli 2020

<sup>47</sup> Ella Nur Safitruli, Mahasiswa KPI, Wawancara 21 Juli 2020

dalam konteks almamater karena itu, instagram ini sangat digemari oleh para santri (mahasiswa).<sup>48</sup>

Fakta fakta diatas menunjukan bahwa media sosial Instagram sangat lah efektif jika digunakan untuk berdakwah. Merupakan peluang bagi para Da'i atau mahasiswa dalam menggunakan media Instagram dalam menyampaikan nasehat-nasehat ataupun berdakwah yang baik. Dalam pemilihan media Instagram sebagai media dalam berdakwah yang sebagaimana dijelaskan bahwa instagram menjadi sosial yang sedang viral saat ini, khususnya dikalangan anak muda, akan menjadi media yang efektif karena maraknya pengguna internet dan pengguna yang mencari konten dakwah melalui media sosial instagram.

### C. Perkembangan Media Instagram di kalangan Mahasiswa KPI

Sebagai mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, seharusnya bisa menjadi seorang Da'i atau komunikator yang baik, menyampaikan pesan dan menyebarkan pesan karena seharusnya proses belajar selama dibangku perkuliahan dilatih dan belajar untuk mengenal komunikasi yang baik.

Sebagai mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, tentunya selalu *up to date* sejalan dengan perkembangan zaman yang sangat pesat, mahasiswa saat ini jangan sampai ketinggalan zaman dengan hampir seluruh mahasiswa

---

<sup>48</sup> Zakiyah Romadlany, “*Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini Studi Akun Instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid*”, Jurnal penggunaan Instagram sebagai trend media dakwah, Vol 05, no 01, (Agustus, 2019)

memiliki *smartphone* dengan terhubung internet untuk menggunakan dan *update* di media sosial.

**a. Daftar informan penelitian**

**1. Doni Julianto**

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, mahasiswa semester 5, Alasan dalam menggunakan Instagram yaitu sebagai media sumber informasi ataupun berita yang mudah digunakan di zaman modern saat ini dan Doni Julianto berdakwah melalui video Instagram dengan video yang menjelaskan tentang “jangan mengeluh dan perbanyak rasa bersyukur”

**2. Wulansari**

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, mahasiswi semester 9, Alasan dalam menggunakan instagram yaitu mengikuti perkembangan zaman karena banyak yang menggunakan instagram dan Wulansari berdakwah melalui photo dan caption tentang “sungguh Allah SWT tidak melihat pada rupa kalian tetapi Allah SWT, melihat apa yang kalian kerjakan yaitu Amalan”.

**3. Esti Risningsih**

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, mahasiswa semester 5, Alasan dalam menggunakan instagram yaitu untuk hiburan di waktu luang, menambah pertemanan di media sosial, dan melihat berbagai informasi yang sedang hangat di media sosial khususnya instagram dan Esti Risningsih berdakwah melalui Instagram Story tentang “mungkin kamu tidak menyukai sesuatu, padahal Allah SWT menjadikan padanya

kebaikan yang banyak terkandung dalam QS An-Nisa : 19”.

#### **4. Lian Nando**

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, mahasiswa semester 9, Alasan dalam menggunakan instagram yaitu untuk membuat dan melihat konten yang bermanfaat bagi orang lain maupun diri saya sendiri dan memberikan informasi terhadap orang lain dan Lian Nando berdakwah melalui Instagram dengan video Instagram tentang “Arti Sholat” kepada anak kecil

#### **5. Rizki Verdiansyah**

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, mahasiswa semester 7, Alasan dalam menggunakan instagram yaitu untuk menambah pertemanan dari beberapa negara dan melihat suatu berita dunia yang sedang viral dimedia sosial dan Rizki Verdiansyah berdakwah melalui Instagram dengan video Instagram tentang “jangan lalaikan sholat, karna sholat adalah tiang agama”

#### **6. Ella Nur Safitruli**

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, mahasiswa semester 7, Alasan dalam menggunakan instagram yaitu ingin membuat video cover lagu dikarenakan ella hobby bdalam bernyanyi beliau ingin menyalurkan hobby nya di media instagram dan memainkan beberapa alat musik seperti halnya drum, gitar, piano dan lain sebagainya agar melatih diri dan *show up* dan Ella Nur Safitruli berdakwah melalui Instagram dengan membuat video Instagram tentang “4 kriteria wanita untuk dinikahi dalam Islam”.

### **7. Atika Fadilatul Rodiyah Saputri**

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Mahasiswa semester 9, Alasan dalam menggunakan instagram yaitu selain mengikuti trend zaman dengan menggunakan instagram saya bisa memupuk pahala dan menambah pahala dengan membuat konten dan *me-repost* konten segala sesuatu yang mengajak dalam kebaikan. Dan menjadi ladang dakwah bagi kita dan Atika Fadilatul Rodiyah Saputri berdakwah melalui Instagram dengan membuat konten video Instagram tentang “jangan buat aku berdosa”

### **8. Mei Silviana**

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Mahasiswa semester 7, Alasan dalam menggunakan instagram yaitu mengikuti perkembangan zaman saat ini dan melihat konten konten menarik contohnya konten dakwah dan Mei Silviana berdakwah melalui media Instagram dengan membuat konten video Instagram tentang “Insan bernama wanita shalihah yang terkandung dalam QS An-Nur ayat 21”.

### **9. Atika Ayu Mahmuda**

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Mahasiswa semester 5, Alasan dalam menggunakan instagram yaitu selain mengikuti perkembangan zaman saat ini yang mana instagram sebagai media hiburan dan mencari informasi dan Ayu Atika Mahmuda berdakwah melalui media Instagram dengan Instagram Story tentang “sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang menyombongkan dirinya yang terkandung

dalam QS An-Nahl ayat 23”.

#### **10. Marita Andarini**

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Mahasiswa semester 9, Alasan dalam menggunakan instagram yaitu selain kita berkomunikasi dengan teman teman instagram juga dapat membangun relasi pertemanan dan mencari informasi dari media instagram apalagi kita hidup di jaman modern jadi tidak mungkin semua orang hidup tanpa media sosial pasti semua orang memiliki media sosial dan Marita Andarini berdakwah melalui Instagram dengan membagikan video dakwah ustad @hananattaki tentang “Allah SWT gak marah sama sekali kepada hambanya”

#### **11. Juwita Purnama Sari**

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Mahasiswi semester 5, Alasan dalam menggunakan instagram yaitu awalnya karena mengikuti kawan, lalu berfikiran mengapa hanya melihat konten konten yang tidak bermanfaat kemudian saya membuat *qoutes* selain saya membagikan ilmu yang saya dapat saya juga mendapatkan pahala melalui media instagram dan Juwita Purnama Sari berdakwah melalui Instagram dengan membuat konten, video dan caption tentang “Allah SWT tidak pernah mengatakan bahwa jalan hidup akan mudah tapi Allah SWT mengatakan, Aku bersama dengan mereka yang bersabar yang terkandung dalam QS Al-Baqarah ayat 153”

#### **12. Dhelvio Abimanyu**

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Mahasiswa semester 9,

Alasan dalam menggunakan instagram yaitu selain mengikuti perkembangan zaman media instagram juga sebagai salah satu media informasi dan melihat konten konten yang bermanfaat dan Dhelvio Abimanyu berdakwah dengan cara membagikan konten video milik akun @nuonline\_id tentang “musuh kita yang terkandung dalam QS Ash-shuraa ayat 39”

### **13. Khoirul Triansyah**

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, Mahasiswa semester 7, Alasan dalam menggunakan Instagram yaitu awalnya mengikuti perkembangan zaman lalu membagikan konten yang bermanfaat dan membagikan photo/video dan *daily routine* dan berdakwah melalui media Instagram dengan membuat konten video tentang “HijrahKu KarenaMu”

### **14. Sandi Saputra**

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, mahasiswa semester 9, Alasan dalam menggunakan Instagram yaitu banyak mendapatkan berbagai informasi dan juga bisa menjadi salah satu media membagikan informasi atau konten berguna untuk orang lain dan berdakwah melalui media Instagram dengan membuat konten video tentang “kapan datang nya MAUT”

### **15. Raihan Annisa Novera**

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, mahasiswi semester 7, Alasan dalam menggunakan instagram yaitu mengikuti perkembangan zaman, membagikan aktivitas sehari hari dan berbagi hal hal kebaikan baik



bentuk photo maupun video dan Raihan Annisa Novera berdakwah melalui media Instagram dengan membuat konten video tentang “Isra Mir’aj yang terkandung dalam QS Al-Isra ayat 01”

Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam memiliki berbagai macam bentuk dalam menggunakan media instagram mereka, berdasarkan hasil wawancara dapat diketahui bahwa mayoritas mahasiswa menggunakan media instagram untuk mencari informasi, sebagai sarana komunikasi, sebagai media hiburan, dan sebagai media dakwah, wadah untuk belajar dalam menyalurkan dan melatih dalam berdakwah kepada khalayak ramai atau sasaran dakwah.

a. Bentuk Penggunaan Media Instagram Sebagai Media Dakwah

Bentuk penggunaan mereka pun berbeda-beda, seperti halnya yang di ungkapkan oleh Sandi sebagai berikut:

“saya menggunakan instagram dan menjadi seorang konten creator sejak tahun 2016, karena instagram bisa banyak mendapatkan informasi dan instagram juga bisa menjadi salah satu media untuk memberikan informasi yang berguna untuk orang lain dan bisa menjadi contoh bagi yang melihatnya, saya juga biasa melihat konten konten dakwah di akun Hanan Attaki dan Adi Hidayat. Selain itu saya juga menjadi salah satu konten creator dakwah dengan cara modernisasi yang berdakwah itu tidak langsung menyampaikan pesan dakwahnya.”<sup>49</sup>

Hal serupa juga disampaikan oleh Juwita yang menyatakan:

“awalnya saya menggunakan instagram karena mengikuti kawan kawan, terus ada fikiran kenapa sih followers saya segini-gini aja terus saya ada ide mau buat konten yang menarik dan bermanfaat selain menambah followers juga bermanfaat gak asal punya instagram tapi hanya buat stalking, dan saya suka melihat dakwah Hanan Attaki, Abdul Somad, dan Ustad Mujamil. Apalagi generasi kita lebih banyak

---

<sup>49</sup> Sandi Saputra, Mahasiswa KPI, wawancara, 21 Juli 2020

menggunakan instagram jadi instagram lebih efektif daripada kajian langsung karna lebih ke inti pesan dakwahnya jadi lebih mudah di tangkap isi pesan dakwahnya.”<sup>50</sup>

Hal yang sama juga disampaikan oleh Mei yang mengatakan:

“Instagram sebagai media dakwah, menurut saya dakwah dengan media apapun itu sebenarnya baik baik saja, asalakan memiliki sanad yang benar. Begitu pula dakwah melalui media instagram bukan hanya *share* dan membuat konten tanpa tau makna yang jelas dari isi konten tersebut dan dari mana asal pembahasannya. Karna dakwah harus memiliki sanad guru yang jelas dan berpengalaman. Apalagi jaman sekarang bukan dakwah di pengajian yang mana dari mulut ke mulut tetapi sekarang ada yang namanya dakwah bil medsos. Isi dan tujuan tetap sama dalam mengajak ke jalan kebaikan namun *sabill* (metode/cara) bisa mengikuti perkembangan zaman. Dan saya juga sedikit-dikt berdakwah di instagram walau hanya *share* konten dakwah dari akun-akun dakwah yang saya ikuti dan ada juga yang saya buat sendiri.”<sup>51</sup>

Hal yang sejalan juga disampaikan oleh Ella yang mengungkapkan:

“dakwah melalui media Instagram menurut saya tergantung *followers* dan *followers* itu ditentukan oleh apa dan bagaimana isi konten Instagram kita, contoh segmentasi dakwah dalam akun ella yaitu anak-anak remaja yang mempunyai pola pikir terbuka, jadi saya merasa tidak bisa mendakwahi seseorang yang kaku, karena mereka juga tidak akan *memfollow* akun Instagram saya, terlebih dilihat dari saya muslimah yang aktif dan bahkan wajah saya *no problem* jika disorot kamera, karena ada beberapa paradigma dari yang lain jika selayaknya wanita itu tersembunyi, anggun, dan pendiam bahkan ada juga yang mengatakan berphoto itu haram *and i don't know* nah saya jauh dari kata itu, saya dakwah dengan mengandalkan kelucuan yang saya miliki dan bakat yang saya miliki. Karena ketika kita akan mendakwahi pesepakbola kita harus tau seputar sepak bola karena itu adalah bagian dari dakwah *bil hikmah* dan strategi komunikasi perlu banyak diperhatikan agar efektivitas nya baik. Beda halnya ketika berdakwah, memposting sesuatu yang langsung menjuru kesalahan dari mad'u *of course* maka terjadi pemberontakan yang malah mad'u tidak mau. Contohnya: memposting larangan untuk berpacaran, dengan hadist “walataqrabuzina” akan menjadi sebuah klise, perlu pendekatan secara perlahan, bukan memojokan segmentasi kita sedang dalam berdakwah, dan ini masuk strategi saya di instagram jadi banyak dari mereka tidak mengetahui dari postingan saya tentang jilbab panjang, berbuat baik

<sup>50</sup> Juwita Purnama Sari, Mahasiswa KPI, wawancara, 21 Juli 2020

<sup>51</sup> Mei Silviana, Mahasiswa KPI, wawancara, 25 Juli 2020

kepada lingkungan dan lain-lain. Itu menurut saya dakwah secara halus atau pelan pelan walau segmentasi dari 10 orang mungkin hanya 1 yang hati nya terbuka.”<sup>52</sup>

Hal senada juga yang disampaikan oleh Atika yang mengatakan:

“dakwah melalui Instagram menurut saya baik baik saja dengan berdakwah melalui instagram jadi bagi kalangan atau generasi muda yang malas untuk ke pengajian mereka dapat melihat dakwah di instagram dan kalau bicara dakwah melalui instagram saya masih belajar mengamalkan *baliqhu anni walau ayat* menyampaikan walau hanya satu ayat, jadi apa yang sudah didapat atau yang sudah kita ketahui dari guru, dosen, buku dan sesuai nasabnya bisa di amalkan. Contohnya beberapa waktu lalu saya membuat konten tentang tidak boleh pacaran disitu ternyata ada yang ngedm bertanya tentang pacaran kepada saya dan saya jawab dengan sudut pandang saya dan banyak dari mereka ya mengikuti nya dan ada juga yang bertanya tentang hijab lalu kembali saya kasih pengertian dengan pelan pelan dari mereka ada yang memulai mengapus photo tanpa hijab di akun pribadi nya. Disitu saya ikut senang ketika postingan suatu kebaikan banyak yang mengikuti kebaikan itu jadi ikut bahagia ternyata apa yang kita sampaikan dapat diterima oleh mad'u, jadi instagram dapat menjadi media dakwah.”<sup>53</sup>

Dan ada juga pendapat yang mengatakan dakwah melalui media instagram juga efektif. Seperti yang di ungkapkan oleh Dhelvio sebagai berikut:

“saya pikir tidak menutup kemungkinan ya, karena generasi kita (anak millenial) lebih banyak menggunakan instagram ketimbang media sosial yang lain, karena lebih simpel dan penampilannya rapih, bisa melihat photo dan video. Jadi instagram bisa digunakan untuk berdakwah dengan cara memposting *photo* dan video yang berunsur Islam. Jadi instagram itu efektif terutama dakwah-dakwah remaja contohnya tentang tidak boleh pacaran.”<sup>54</sup>

Dari apa yang diungkapkan oleh mahasiswa KPI diatas maka dapat dilihat bahwa Instagram sangat banyak perannya sebagai media dakwah jika kita menggunakan dengan baik dan benar.

---

<sup>52</sup> Ella Nur Safitruli, Mahasiswa KPI, wawancara, 21 Juli 2020

<sup>53</sup> Atika Fadilatul Rodiyah Saputri, Mahasiswa KPI, wawancara, 20 Juli 2020

<sup>54</sup> Dhelvio Abimanyu, Mahasiswa KPI, wawancara, 22 Juli 2020

Efek dari Instagram sendiri pun dapat di lihat dari hasil wawancara terhadap informan bahwasanya memanfaatkan media Instagram sebagai media dakwah sangat baik dan efektif dilakukan apabila sesuai dengan ajaran agama Islam dan tidak menyalahi aturan yang ada.

### 3. Materi Dakwah Mahasiswa KPI pada Media Instagram

Materi dakwah adalah sebuah pesan yang disampaikan oleh subjek dakwah(da'i) untuk diberikan kepada objek dakwah(mad'u). Materi dakwah yang biasa disebut juga dengan ideologi dakwah, ialah ajaran Islam itu sendiri yang bersumber dari *Al-Quran* dan *Al-Sunnah*.

Adapun bentuk materi yang disampaikan mahasiswa KPI pada media Instagram yaitu sebagai berikut

#### a. Aqidah

Aqidah adalah pokok kepercayaan dalam agama Islam. Aqidah Islam disebut tauhid dan merupakan inti dari kepercayaan. Tauhid adalah suatu kepercayaan kepada Tuhan Yang Maha Esa. Dalam Islam, aqidah merupakan *I'tiqad bathiniyyah* yang mencakup masalah-masalah yang erat hubungannya dengan rukun iman.

Dan materi yang berkaitan dengan Aqidah yaitu konten milik Mei Silviana mahasiswa KPI semester 7 memposting video di Instagramnya yang berjudul "Insan bernama wanita shalihah", video ini berisi tentang QS An-Nur ayat 21 yang

menerangkan “dirimu bak kasutri yang mewangi harumnya bergentayangan di persada bakti dalam erat ketaatanmu kepada Allah dalam rapat ikutanmu kepada nabi kau senantiasa memakai jilbab menutup diri indahkanlah dirimu dengan iman di hati pesonakanlah dirimu dengan taqwa di sanubari dunia ini umpama lautan perhiasan yang indah sepesona perhiasan adalah permata wanita shalihah yang telah terpateri jiwa ilmu dan mahabbah kaulah sesungguhnya insan bernama wanita shalihah”. Dan video tersebut di tujukan kepada seseorang wanita agar senantiasa menutupi diri dengan hijab nya

Dan sejalan dengan materi tentang Aqidah juga disampaikan oleh Marita Andarini yaitu dengan menggunggah ulang video milik akun @hananattaki yang berisi tentang “seluas pengampunan yang Allah SWT kasih ke hambanya, walaupun dosa sang hamba seluas lautan pun masih tetap dimaafkan, asalkan kita meminta pengampunan kepada Allah SWT meminta pengampunan dalam agama Islam yaitu disebut dengan kata “Taubat” jadi Allah SWT menyeru kepada umat-Nya, mau itu dosa sebesar gunung dan kita pernah melakukan dosa-dosa besar, tetap bakal Allah ampuni, yaitu dengan cara bertaubat sepenuh hati dan

memang sadar kalau apa yang selama ini dilakukan salah”. Video konten Instagram tersebut ditujukan kepada umat Islam yang sering bahkan berulang ulang melakukan dosa Allah SWT akan selalu memaafkan.

b. Ibadah/ Syariat

Syariat adalah seluruh hukum dan perundang-undangan yang terdapat dalam Islam, baik yang berhubungan dengan manusia dengan Tuhan, maupun antar manusia sendiri. Dalam Islam, syariat berhubungan erat dengan amal lahir (nyata), dalam rangka menaati semua peraturan atau hukum Allah, guna mengatur hubungan antara manusia dengan Tuhannya dan mengatur antara sesama manusia.

Dan materi yang berkaitan dengan Syariat yaitu konten milik Atika Fadilatul Rodiyah Saputri dan Sandi Saputra Mahasiswa KPI semester 9 yang memposting video di Instagram yang berjudul “jangan buat aku berdosa” video tersebut berisi “putri atika yang menanyakan kepada sandi, menurut kamu pacaran itu haram gak sih? Tanya putri atika kepada sandi, lalu sandi menjawab ya, haram. Lalu putri atika kembali menanyakan kepada sandi jadi hubungan kita? Kembali sandi menjawab pertanyaan putri atika haram sih.. terus? Ucap putri atika tapikan ka, pacaran kita ini baik loh, saling mengingatkan dalam kebaikan pacaran kita itu syar’i

lalu kembali putri atika menjawab dengan lantang tidak ada pacaran syar'i sandi kemudian sandi menanyakan kembali kepada putri atika oke mulai sekarang aku bakal jaga jarak dan putri atika menjawab bukan jaga jarak sandi tapi putuskan hubungan ini jangan ada lagi status diantara kita kemudian sandi menyanggah dengan mengucap tapi ka, lalu putri atika menjawab “jangan buat aku terus berdosa sandi dengan mempertahankan hubungan haram ini” video tersebut diperuntukan kepada generasi milenial khususnya mahasiswa yang berpacaran karena dalam Islam tidak ada berpacaran.

Dan Sejalan dengan Atika dan Sandi konten milik Rizki Verdiansyah Mahasiswa KPI semester 7 yang membuat konten video Instagram yang berjudul “jangan lalaikan sholat!” video tersebut berisi tentang dua orang yang hendak pergi ke acara ulang tahun teman nya setelah joni sudah siap dan mereka ingin berangkat menuju acara ulang tahun teman mereka mendengar suara adzan lalu kawan rizki menanyakan kepada joni apa lagi udah nanti aja kan pulang nya bisa kemudian joni menjawab jangan lalaikan sholat laksanakanlah sholat pada waktunya lalu rizki menjawab yasudah ayok” video tersebut berlandaskan HR.

Abu Daud nomor 426 yang menjelaskan amalan apakah yang paling afdhol yaitu sholat di awal waktu. Dan video tersebut di tujukan kepada umat Islam yang sering melalaikan sholat.

Kemudan Lian Nando juga membuat konten video Instagram yang berjudul “Arti sholat” video yang berisi Lian Nando menanyakan kepada anak kecil tentang sejauh mana mereka paham tentang arti sholat mereka menjawab beribadah yang wajib dilakukan umat Islam, lalu Lian Nando kembali menanyakan kepada anak kecil biasa nya yang membuat malas untuk menunaikan sholat itu kenapa, lalu beragam jawaban anak kecil ada yang capek sehabis sekolah, bermain game, bermain bola dan bahkan bermain layang-layang. Kemudian lian nando kembali menanyakan pentingnya sholat itu apa kepada anak kecil, anak kecil itupun beragam menjawab nya sholat itu kewajibab kak jadi kalo gak sholat dapat dosa dan bisa di siksa di neraka, lalu ada yang menjawab kalau sholat Iman kita kuat kak dan bisa masuk surga kalau kita sholatnya rajin. Video tersebut secara tidak langsung berdakwa kepada anak kecil dengan pendekatan jadi anak kecil tersebut bisa lebih paham arti sholat.

c. Akhlak



Akhlak adalah tingkah laku seseorang yang didorong oleh sesuatu keinginan secara mendasar untuk melakukan sesuatu perbuatan baik tanpa mempertimbangkan pikiran terlebih dahulu.

Dan materi yang berkaitan dengan Akhlak yaitu konten milik Atika Ayu Mahmuda mahasiswa KPI semester 5 dengan konten photo dan video yang menjelaskan “sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang menyombongkan dirinya terkandung dalam surat QS. An-Nahl ayat 23” video tersebut ditujukan kepada orang-orang yang menyombongkan dirinya padahal dimata Allah SWT semua makhluk sama.

Sejalan dengan Atika Ayu Mahmuda konten milik Wulansari mahasiswa KPI semester 9 konten photo dan caption yang menjelaskan tentang “Sungguh, Allah SWT tidak melihat pada rupa kalian tapi Allah SWT melihat pada apa yang kalian lakukan yaitu amalan” materi konten tersebut ditujukan kepada umat Islam yang khususnya Mahasiswa KPI yang lebih mempercantik dan mempertampan diri di banding melakukan amalan.

Materi tentang Akhlak juga disampaikan oleh Esti Risningsih dalam postingan nya di Instagram yang menjelaskan tentang “sungguh hati ini teriris dan mata perih

menangis tapi tidaklah lisan berkata kecuali Allah ridhoi”.

Materi dakwah dalam konten Esti ditujukan kepada orang-orang yang tidak pernah menjaga lisannya dengan baik.

## **BAB IV**

### **DAKWAH MELALUI MEDIA INSTAGRAM PADA MAHASISWA KPI**

#### **UIN RADEN INTAN LAMPUNG**

#### **A. Instagram Sebagai Media Dakwah Bagi Mahasiswa KPI**

Di dalam BAB ini merupakan hasil analisa penulis berdasarkan yang terdapat pada teori di BAB II dan data pada BAB III dengan alat pengumpulan data yang terdapat pada BAB I. Analisis data yang penulis gunakan yaitu analisis kualitatif, bahwa penulis menguraikan data-data yang diperoleh dalam bentuk kalimat.

Sebagai media sosial yang paling populer saat ini, Instagram juga menawarkan berbagai macam bentuk komunikasi yang bisa terjalin satu sama lain. Instagram memanjakan para penggunanya dengan kemudahan dari keberagaman fitur fitur yang ada.

Beberapa fitur utama dari Instagram yang tawarkan yang tepat untuk penggunaannya sebagai media dakwah yaitu:

##### **a) Photo**

Pengguna dapat dengan mudah mengunggah photo photo ke akun Instagram mereka dan terdapat filter manual yang akan membuat tampilan photo lebih menjadi menarik ketika di posting di instagram mereka.

Banyak mahasiswa KPI menggunakan fitur photo ini untuk memposting dakwah mereka melalui photo yang mereka buat sendiri lalu diposting. Salah satunya dengan memposting photo yang bertuliskan isi dakwah

mereka seperti yang diposting oleh Atika Ayu Mahmuda, dan Wulansari.

#### b) Video

Fitur video dengan durasi 60 detik ini menjadi fitur yang cukup favorit bagi peminat video pendek, video lucu, video dakwah dan lain-lain. Terlebih saat ini instagram terdapat IGTV jadi durasi bisa lebih panjang untuk memposting video.

Mahasiswa KPI juga menggunakan fitur video untuk memposting video dakwah yang mereka buat sendiri dengan kreatifitas mereka sendiri, mengajak dalam kebaikan. Seperti yang diposting oleh Sandi Saputra, Lian Nando, Atika Fadilatul Rodiyah Saputri, Mei Silviana, Ella Nur Safitruli, Rizki Verdiansyah, Dhelvio Abimanyu, Marita Andarini, doni julianto, juwita purnama sari, dan Raihan Annisa Novera.

#### c) Tag dan Hastag

Fitur ini fungsinya untuk menandai teman atau mengelompokan photo dalam satu label dan selain itu dapat dijadikan untuk mencari sesuatu yang berkaitan misalnya #dakwah

Fitur ini digunakan untuk memudahkan video mereka agar lebih mudah dicari dengan menggunakan hastag seperti #IVGDAKWAH dan #mahasiswamuslim

#### d) Caption

Caption berfungsi untuk deskripsi atau menceritakan sepetah dua patah kata soal photo dan video yang di unggah dan caption juga digunakan Mahasiswa KPI untuk berdakwah dengan mendeskripsikan photo dan video

dakwah yang mereka posting. Contohnya seperti yang diposting oleh Wulansari dan Ella Nur Safitruli.

Fitur- fitur tersebut yang digunakan oleh mahasiswa KPI dalam menyampaikan dakwah Islam. Photo, video, instastory, liveInstagram, dan caption digunakan sesuai kapasitas, keinginan dan yang dianggap mudah dalam pembuatan isi dakwah.

Sebagaimana hasil wawancara pada bab III bahwasannya Instagram sangat berperan aktif pada mahasiswa KPI terutama digunakan untuk media dakwah, seperti yang disampaikan salah satu informan (sampel peneliti) Instagram sebagai media dakwah yang sangat efektif untuk digunakan berdakwah. Seperti yang di sampaikan oleh Putri Atika bahwa kita harus belajar untuk berbagi walau hanya satu ayat, yang dimana artinya sampaikanlah kebaikan dimanapun, kapanpun, seperti halnya lewat media Instagram ini contohnya yang bisa menjadi ladang dakwah jika dimanfaatkan dengan baik dan benar. Seperti halnya juga yang dikatakan oleh Mei yang mengatakan dakwah melalui media apapun itu baik-baik saja asalkan dengan sanad yang benar seperti layaknya dakwah melalui media instagram isi dan tujuan nya tetap sama yaitu mengajak kebaikan, namun sabili (metode/cara) yang harus mengikuti perkembangan zaman, karena pengguna instagram saat ini sangatlah banyak jadi dakwah bisa mengenai sasaran yang lebih banyak. Maka tak sedikit dari para Da'i yang menggunakan Instagram sebagai media dakwah.

### **1. Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah**

Photo dan video yang biasa disebut konten dalam Instagram dapat dijadikan metode dakwah apabila pengguna membagikan konten dakwah di instagram. Kita sebagai pengguna Instagram juga dapat menerima pesan dakwah yang ada di media tersebut.

Dalam menggunakan Instagram sebagai media menyampaikan pesan dakwah mahasiswa KPI yang dimana kebanyakan dari mereka menggunakan aplikasi Instagram bisa memanfaatkannya sebagai akses pesan dakwah dari berbagai akun dakwah Islam di Instagram. Seperti yang dikatakan oleh Dhelvio bahwa: “saya dapat mengakses konten konten dakwah yang ada di instagram seperti pada akun fuadbakh, hanan attaki, yuk hijrah dan yuk ngaji di instagram.”

Jadi selain mahasiswa KPI berlaku sebagai seorang Da'i yang menyampaikan isi atau pesan dakwah, mahasiswa KPI juga dapat menjadi seorang Mad'u yang menerima isi atau pesan dakwah yang ada di instagram artinya media instagram ini efektif dapat dijadikan media dakwah.

## **2. Dampak Penggunaan Instagram Sebagai Media Dakwah**

Instagram sebagai media yang tak asing lagi di kalangan mahasiswa atau masyarakat luas dapat digunakan untuk menyampaikan pesan dakwah, akan menarik minat banyak para Da'i untuk berkontribusi pada instagram dalam berdakwah. Semua media pada dasarnya dibuat secara sempurna, dan setiap media pun memiliki kelebihan dan kekurangan jika dibandingkan dengan media-media yang lain. Dengan

kelebihan dan kekurangan itu sendiri timbulah dampak yang akan dirasakan.

Salah satu nya instagram memiliki dampak positif apabila digunakan dengan baik dan benar yaitu:

- a. Instagram yaitu media sosial yang cukup akrab bagi penggunanya, hal tersebut dapat dimanfaatkan dalam kegiatan dakwah di instagram, baik bagi para Da'i yang sudah berpengalaman maupun Da'i yang belum memiliki pengalaman sama sekali dalam menyampaikan pesan dakwah dengan gaya sendiri ke instagram dan tidak berkesan menggurui. Begitu pula dari sudut mad'u dapat merasa santai tidak dalam ruangan yang begitu formal sehinggal dapat terjadi *feedback* yang bersifat terbuka.
- b. Dakwah melalui instagram merupakan alternatif dakwah selain dakwah secara langsung atau yang dikenal diatas mimbar (tatap muka).
- c. Selain itu, instagram juga merupakan media sosial yang paling banyak pengguna nya di indonesia. Hal tersebut menjadi peluang besar bagi para Da'i untuk berdakwah, karena tujuan utama dakwah lewat media sosial yaitu diakses (dibaca, didengar dan dilihat) oleh banyak orang.

Selain dampak positif instagram juga memiliki kekurangan dalam menyampaikan dakwah, yaitu:

- a. Dakwah melalui media instagram mengurangi kontak langsung tatap muka antara Da'i dan Mad'u

- b. Memberikan dampak negatif apabila dilakukan nya tidak baik-baik dan terkesan asal-asalan tidak berdasarkan ajaran agama Islam.
- c. Efek dari proses dakwah melalui instagram kurang dapat diamati secara maksimal, karena bersifat sementara

#### **B. Materi Dakwah Pada Instagram Pada Mahasiswa KPI**

Materi dakwah yang disampaikan oleh mahasiswa KPI adalah materi tentang Aqidah yang menyangkut tentang sistem keimanan atau kepercayaan terhadap Allah SWT, Syariat yang merupakan serangkaian ajaran tentang aktifitas muslim dalam aspek kehidupannya, mana yang boleh dilakukan dan mana yang tidak boleh dilakukan dan Akhlak yang menyangkut etika, tingkah laku dan tata cara berhubungan baik kepada Allah SWT dan sesama manusia.

Dan materi yang berkaitan dengan Aqidah yaitu konten milik Mei Silviana mahasiswa KPI semester 7 memposting video di Instagramnya yang berjudul “Insan bernama wanita shalihah”, video ini menjelaskan tentang wanita yang shalihah adalah wanita yang menutupi auratnya dan indahkan lah dirimu dengan Iman di hati. menurut penulis bahwasanya sebagai orang wanita senantiasa menutupi auratnya dengan hijab dan selalu menjaga Iman di hati.

Kemudian materi tentang syariat seperti halnya yang di posting oleh Sandi dan Atika pada konten yang berjudul “jangan buat aku berdosa” menurut penulis konten tersebut menjelaskan bahwa dalam Islam tidak ada pacaran



karna pacaran bisa mendekatkan dengan zina. Di lihat dari analisa penulis dakwah Atika dan Sandi sangat tepat pada sasaran dakwahnya yaitu mahasiswa kebanyakan mahasiswa saat ini sudah banyak yang berpacaran walaupun berpacaran nya tidak aneh-aneh tetapi apabila ada lelaki dan wanita berduaan maka akan menimbulkan fitnah dan akan ke perbuatan zina.

Lain halnya dengan Rizki Verdiansyah dan Lian Nando mereka membuat konten tentang sholat. Rizki mengunggah video konten Instagram dengan judul “jangan tinggalkan sholat karna sholat adalah tiang agama” dan lian nando mengunggah video konten Instagram dengan judul “Arti Sholat” yang menanyakan nya kepada anak kecil. Hal tersebut sangat cocok dan baik karna kebanyakan manusia lebih mementingkan urusan dunia dibanding sholat dan sering sekali melalaikan nya karena itu materi sholat sangat penting di edukasi sejak dini kepada anak kecil.

Dan materi yang berkaitan dengan Akhlak yaitu konten milik Atika Ayu Mahmuda mahasiswa KPI semester 5 dengan konten photo dan video yang menjelaskan “sesungguhnya Dia tidak menyukai orang-orang yang menyombongkan dirinya terkandung dalam surat QS. An-Nahl ayat 23” Atika ingin menyampaikan bahwa sifat sombong adalah perbuatan yang tercela terkandung dalam Al-Qur’an dan menurut penulis bahwa atika menyampaikan materi tersebut untuk memberitahu kepada semua manusia agar tak menyombongkan dirinya karna dimata Allah SWT semua mahluk sama.

Sejalan dengan Atika Ayu Mahmuda konten milik Wulansari mahasiswa KPI semester 9 yang menjelaskan tentang “Sungguh, Allah SWT tidak melihat pada rupa kalian tapi Allah SWT melihat pada apa yang kalian lakukan yaitu amalan” menurut penulis materi dakwah yang disampaikan oleh Wulansari ingin menyampaikan bahwa Allah tidak akan melihat rupa yang tampan dan cantik tetapi Allah melihat apa yang kita lakukan di dunia dan sudahkan melakukan perbuatan baik selama hidup di dunia.

Materi tentang Akhlak juga disampaikan oleh Esti Risningsih dalam postingan nya di Instagram yang menjelaskan tentang “sungguh hati ini teriris dan mata perih menangis tapi tidaklah lisan berkata kecuali Allah ridhoi”. Menurut penulis materi dakwah yang disampaikan oleh Esti ingin menyampaikan bahwa kita harus menjaga lisan lebih baik diam daripada kita berbicara dapat menyakiti hati orang lain.

Karena mahasiswa KPI melihat sasaran objek dakwah si mad'u nya yaitu sebagian besar ditujukan untuk mahasiswa terutama mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi sehingga materi yang disampaikan menyesuaikan sasaran objek dakwahnya.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN, SARAN DAN PENUTUP**

#### **A.Kesimpulan**

Setelah melakukan penelitian secara seksama dari uraian dan pembahasan yang telah dikemukakan diatas, dan sesuai dengan hasil penelitian lapangan yang telah penulis lakukan, maka penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bentuk dakwah melalui media Instagram pada mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dari hasil wawancara dengan mahasiswa KPI, hampir semua nya mengungkapkan bahwa instagram adalah suatu media yang efektif untuk digunakan sebagai media dakwah. Instagram bisa dijadikan wadah atau tempat belajar dalam berdakwah dan mencari informasi tentang ajaran agama Islam, karena dakwah saat ini, dapat mengikuti perkembangan zaman menyesuaikan perkembangan yang terjadi di masyarakat sesuai era digital maka saat ini dakwah dapat di bagikan melalui media sosial mendapatkan perhatian masyarakat terutama generasi kita (milennial), mahasiswa sebagai anak milennial cenderung mengkonsumsi konten dakwah di media sosial khususnya media instagram.
2. Materi dakwah yang disampaikan bersumber dari Al-Qur'an dan Al-Hadist yang pada pokoknya mengandung tiga prinsip yaitu Aqidah, Akhlak dan Syariat. Karena materi dakwah tersebut harus menyesuaikan sasaran atau objek dakwahnya, kebanyakan mahasiswa malas untuk datang ke pengajian

karna materi nya tidak sesuai dengan usia mereka dan terlihat monoton itu itu saja

Dengan adanya dakwah melalui media Instagram mahasiswa khususnya dapat memilih dan melihat sesuai apa yang mereka butuhkan materi nya sehingga materi dakwah tersebut dapat diterima oleh mad'u khususnya mahasiswa.

## **B.Saran**

Berdasarkan dari hasil analisa dan menarik dari kesimpulan yang ada, maka saran yang dapat penulis sampaikan sebagai berikut:

1. Sebagai mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam, tidak hanya memiliki kecerdasan intelektual namun harus memiliki kecerdasan emosional juga agar tidak mudah terprovokasi dan terpengaruh pada informasi yang tidak tau kebenaran nya serta harus bisa menyampaikan dakwah yang sesuai dengan ajaran Islam maupun syariat Islam. Karena kepentingan dari informasi yang di salah gunakan adalah untuk bertujuan memprovokasi dan semacamnya. Hal inilah yang bisa merusak citra Islam yang *Rahmatan Lil Alamin*.
2. Mahasiswa juga harus berperan aktif dalam bersosial tentang dakwah melalui instagram, dengan ikut serta dalam mensosialisasikan tentang manfaat dan keuntungan berdakwah menggunakan media Instagram.
3. Dalam menggunakan media sosial, khususnya Instagram mahasiswa hendaknya tidak hanya menjadi konsumen dari informasi-informasi yang beredar di media sosial. Apabila menemukan informasi yang tidak sesuai dan memiliki landasan yang kuat terhadap hal tersebut, seharusnya mahasiswa

berani mengeluarkan pendapat dan membenarkan informasi yang salah menjadi benar tersebut.

4. Dan mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam harus bisa menjadi penerus dalam berdakwah baik menyampaikan atau membagikan melalui media apapun khususnya Instagram. Agar dakwah yang disampaikan dapat menyebar ke seluruh lapisan masyarakat, khususnya generasi penerus (milenial).

### **C.Penutup**

Dengan mengucapkan syukur alhamdulillah kepada Allah SWT yang telah memberi rahmat, hidayah, serta nikmat-Nya kepada penulis sehingga skripsi ini dapat terselesaikan sesuai ketentuan yang berlaku.

Penulis menyadari bahwa dalam penelitian ini masih banyak kekurangan semua karena keterbatasan kemampuan dan pengalaman yang dimiliki. oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan agar bisa menjadi lebih baik lagi dalam penulisan karya-karya kedepannya.

Akhir kata penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang banyak membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Mohon maaf, atas segala kekhilafan penulis dan kepada Allah SWT mohon ampun.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Arif Rohmadi, *Tiga Produktif Ber-sosial Media*, (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2016)
- Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook*, (Jakarta:Media Kita, 2012)
- Beni Achmad dan Saebeni, *Metode Penelitian* (Bandung: Pustaka Setia, 2008),
- Cholid Narbuko, Abu Achmadi, *Metode Penelitian* (Jakarta Kencana, 2001)
- Departemen Agama R.I., *Al-Qur'an dan Terjemahannya* (Pustaka Agung Harapan, 2006)
- Hamzah Yaqub, *Politik Islam*, (Bandung:Diponegoro, 1992)
- Jamaluddin Kafie, *Psikologi Dakwah*, (Surabaya:Indah, 1993)
- Juliansyah Noor, *Metode Penelitian* (Bandung:Pustaka Setia, 2008)
- M. Iqbal Hasan, *Pokok-Pokok Metodologi Penelitian dan Aplikasinya* (Jakarta: Ghalia Indonesia, 2002)
- Moh. Ali Aziz, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Prenade Media Group, 2004)
- Muhammad Teguh, *Methodologi Penelitian Ekonomi* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2001)
- P. Joko Subagyo, *Metode Penelitian Dalam Teori dan Praktik*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2015)
- Samsul Munir Amin, *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009)
- Thorir Luth, M. Natsir *Dakwah dan pemikirannya*, (Jakarta:Gema Insani Press, 1999)
- Wardi Bachtiar, *Metode Penelitian Ilmu Dakwah*, (Bukit Pemulang Timur:Logos Wacana Ilmu)
- Warson Munawwir, *Kamus Al-Munawwir*, (Surabaya:Pustaka Progresif, 1994)
- Zulkifli Mustan, *Ilmu Dakwah*, (Makassar: Pustaka Al-Zikra, 2005)

### Jurnal

Agustina, “*Analisis Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Sikap Konsumerisme Remaja Di SMA Negeri 3 Samarinda*” Jurnal vol 4, No 3 Tahun 2016

Neng Dwi Kurnia, Riche Cynthia Johan, Gema Rullyana., “*Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media di Upt Perpustakaan Itenas*” Vol 8, No. 1 Tahun 2018

Silvina Mayasari, Clavinda Indraswari, “*Efektivitas Media Sosial Instagram dalam Publikasi HUT Museum Nasional Indonesia (MNI) Kepala Masyarakat*” Jurnal Komunikasi Vol 9., No 2 Tahun 2018

Zakiyah Romadlany, “*Penggunaan Instagram Sebagai Trend Media Dakwah Masa Kini Studi Akun Instagram Pondok Pesantren Nurul Jadid*”, Jurnal penggunaan Instagram sebagai trend media dakwah, Vol 05, no 01, (Agustus, 2019)

### Internet

Geoff Desreumaux, “*The Complete History Of Instagram*” (on-line), tersedia di <https://wersm.com/the-complete-history-of-instagram/>. Di akses pada 23 Maret 2020

Zamhari, S. Kom I, “*Pengertian Mahasiswa*” (on-line), Tersedia di <http://www.AcademicIndonesia.com/Pengertian-Mahasiswa/>. Di akses Pada 8 November 2019

Kbbi.web.id/mahasiswa

[http://id.wikipedia.org/wiki/Media Komunikasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Media_Komunikasi)